

МИНИСТЕРСТВО
ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО
СПЕЦИАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ СССР



НАУЧНО-
МЕТОДИЧЕСКИЙ
КАБИНЕТ ПО ЗАОЧНОМУ
И ВЕЧЕРНЕМУ
ОБУЧЕНИЮ
МОСКОВСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА
имени М. В. ЛОМОНОСОВА

В. А. ШАНДРА

ПРОПАГАНДА МАРКСИСТСКО-ЛЕНИНСКОЙ ТЕОРИИ В ГАЗЕТЕ

Учебно-методическое пособие
для студентов-заочников факультетов
и отделений журналистики
государственных университетов

ИЗДАТЕЛЬСТВО МОСКОВСКОГО
УНИВЕРСИТЕТА

1978

*Утверждено кафедрой теории и практики
партийно-советской печати ф-та журналистики
Уральского государственного университета*

*Рецензенты: доц. В. В. Ученова
доц. В. Н. Фоминых*

Шандра В. А.

**Пропаганда марксистско-ленинской теории
в газете. М., Изд-во Моск. ун-та, 1978.**

73 с.

В пособии речь идет о научных основах, методике пропаганды марксистско-ленинской теории в советской прессе. Особое внимание уделяется анализу методологического значения принципа партийности пропаганды, ленинского метода критики антимарксизма, социально-психологических основ пропагандистского творчества и некоторых других актуальных теоретических и практических проблем журналистики, которые не получили пока достаточного освещения в учебно-методической литературе. Обобщается также новаторский опыт идеологической работы газет, прослеживается поиск новых эффективных форм печатной популяризации общественных знаний.

Пособие рассчитано на студентов факультетов и отделений журналистики государственных университетов и практических работников печати.

ПРЕДИСЛОВИЕ

«Сила нашего строя в сознательности масс, — говорится в Отчете ЦК КПСС XXV съезду партии. — И партия считает своей постоянной заботой воспитание коммунистической сознательности, готовности, воли и умения строить коммунизм»¹. О внимании, которое наша партия уделяет формированию социалистического типа личности, углублению революционного мировоззрения советских людей, убедительно свидетельствует сделанный XXV съездом КПСС вывод, что массовое изучение марксизма-ленинизма является важнейшей особенностью развития общественного сознания на современном этапе.

Заботой о дальнейшем совершенствовании политического просвещения проникнуты и принятые ЦК КПСС постановления «О работе по подбору и воспитанию идеологических кадров в партийной организации Белоруссии», «О задачах партийной учебы в свете решений XXV съезда КПСС». Эти документы подчеркивают, что в нынешних условиях невиданных масштабов и глубины революционно-преобразующей деятельности партии, новизны решаемых задач, быстрого развития науки и техники, экономики и социальных отношений, роста благосостояния и информированности советских людей, усиления борьбы с буржуазной и ревизионистской идеологией возрастает необходимость в дальнейшем улучшении марксистско-ленинского образования членов партии и широких масс трудящихся. Главное заключается в том, чтобы обеспечить неуклонное повышение идейного уровня и эффективности идеологической работы, укрепление ее связи с жизнью, с практикой коммунистического строительства.

В этих условиях неизмеримо повышаются требования и к качеству пропаганды марксистско-ленинского учения на страницах советской прессы. Важнейшие задачи здесь состоят в том, чтобы каждый теоретико-пропагандистский текст был принят, правильно понят и оценен теми, кому он адресуется, чтобы он не только просвещал, но и убеждал, мобилизовывал читате-

¹ Материалы XXV съезда КПСС. М., 1976, с. 71.

ля на решение практических задач коммунистического строительства. Естественно, это предполагает глубокую компетентность автора, умение дифференцированно, оперативно, убедительно, убежденно и привлекательно пропагандировать революционную теорию и политику КПСС. Вот почему особую актуальность обретает задача более глубокого познания научных основ, методологии пропагандистского творчества, изучения новаторского опыта идеологической работы! В Отчетном докладе XXV съезду КПСС в этой связи говорится: «Необходимо и дальнейшее изучение проблем развития нашей государственности, форм и методов воспитательной, идеологической работы»².

Необходимость теоретического обобщения пропагандистского опыта советской прессы, определения подлинно научных основ теоретико-пропагандистских текстов обусловлена и тем, что основной актив пропагандистов любой газеты составляют авторы непрофессионалы. Эти люди, глубоко зная предмет своей науки, отрасли деятельности, зачастую не владеют методикой пропагандистского творчества, его закономерностями.

Как видим, совершенствование пропаганды достижений общественных наук, поиск путей повышения ее эффективности — живая потребность журналистской практики, одна из актуальнейших задач журналистской науки.

В данном пособии особое внимание уделяется тем методологическим проблемам пропаганды в печати марксистско-ленинской теории, которые не получили пока достаточного освещения в научной и учебно-методической литературе по журналистике.

ПРЕДМЕТ И ФУНКЦИИ ПЕЧАТНОЙ ПАРТИЙНОЙ ПРОПАГАНДЫ

«Пропаганда» в буквальном смысле слова означает устное и печатное распространение, углубленное разъяснение идей, учений, взглядов, политических теорий. Но далеко не всегда возможно «покрыть» этой строгой академической формулировкой весь спектр, все тона и полутона идеологической пропаганды в массовой печати, которая по завету В. И. Ленина, — «должна откликаться на все вопросы, выдвигаемые жизнью во всех областях»³.

Ученые стремятся развивать само понятие пропаганды на основе более глубокого исследования ее возрастающих задач и нового опыта.

«При более детальном рассмотрении, — пишет Г. Л. Смирнов, — пропаганда выступает как целенаправленное, диф-

² Материалы XXV съезда КПСС, с. 72—73.

³ Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 4, с. 326.

ференцированное доведение идей и знаний различного уровня и в разной форме до тех или иных слоев населения, учетом эмоциональной насыщенности, в соответствии с теми или иными политическими установками»⁴.

Данное определение пропаганды сегодня наиболее адекватно отражает основные сущностные моменты процесса воздействия социальной, особенно политической, информации на массы в целях превращения определенных идей, знаний в их убеждения, мотив активных созидательных действий.

С понятием *«партийная пропаганда»* в теории и практике идеологической деятельности КПСС традиционно связывается прежде всего распространение всей совокупности систематизированных социально-политических и идеологических знаний, то есть философских, экономических, политических, правовых, нравственных и других взглядов и идей рабочего класса, всех трудящихся, выражающих условия и образ их жизни, их коренные интересы. Поэтому партийная пропаганда всегда является непосредственно классовой по своему содержанию и направленности. Она несет в массы научные знания об объективных законах развития природы и общества, помогает выработке ясных и прочных классовых убеждений, всегда нацелена на решение практических задач в соответствии с научно обоснованными идеалами коммунизма, конкретными решениями КПСС. Ни теоретическую, ни пропагандистскую деятельность В. И. Ленин не мыслил без связи с повседневными запросами революционной практики, с организаторской работой. «Нельзя быть идейным руководителем без... теоретической работы, как нельзя быть им без того, чтобы направлять эту работу по запросам дела, без того, чтобы пропагандировать результаты этой теории среди рабочих и помогать их организации»⁵.

Эти принципы глубоко актуальны сегодня, и КПСС неизменно руководствуется ими. Л. И. Брежнев говорил в Отчетном докладе Центрального Комитета КПСС XXV съезду партии:

«Дело коммунистического воспитания, как и всю свою революционно-преобразующую деятельность, КПСС строит на прочном фундаменте марксистско-ленинской теории. Марксизм-ленинизм — это единственная надежная основа для разработки правильной стратегии и тактики. Он дает нам понимание исторической перспективы, помогает определить направление социально-экономического и политического развития на долгие годы вперед, правильно ориентироваться в

⁴ Смирнов Г. Л. Советский человек. Формирование социалистического типа личности. М., 1973, с. 380.

⁵ Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. I, с. 309.

международных событиях. Сила марксизма-ленинизма — в постоянном творческом развитии»⁶.

Сам характер задач, стоящих перед развитым социализмом, требует все более активной разработки теоретических проблем нашего общественного развития. Осуществление этих задач во многом зависит от умелого, оперативного разъяснения массам положений и выводов марксистско-ленинской теории, содержащихся в решениях съездов и пленумов ЦК нашей партии, важнейших партийных документах.

На основе оперативного разъяснения актуальных вопросов и проблем, успешно решаемых общественными науками, партийная пропаганда помогает читателям глубже познать сущность современного исторического процесса в его связи с прошлым и будущим, логику его прогрессивного развития, общие взаимосвязи, существующие между различными частями и компонентами социального целого. Вместе с тем она нацеливает на понимание конкретных процессов, явлений, связей социальной реальности, отображает поступательное движение социализма. Таким путем у трудящихся масс вырабатывается умение самостоятельно анализировать текущую социальную жизнь.

В постановлении «О постановке партийной пропаганды в связи с выпуском «Краткого курса истории ВКП(б)» Центральный Комитет особо указывал: «В пропаганде марксизма-ленинизма главным, решающим оружием должна являться печать — журналы, газеты, брошюры...»⁷ В этой связи во всех редакциях центральных, республиканских, краевых, областных партийных и комсомольских газет было признано необходимым организовать отделы пропаганды: им были даны указания систематически публиковать статьи по теоретическим вопросам марксизма-ленинизма, консультации, лекции лучших пропагандистов, ответы на вопросы читателей, обобщать опыт пропагандистской работы.

В сравнении с устными формами пропаганды печать имеет практически неограниченный диапазон действий, в состоянии ту или иную истину сразу сделать достоянием всех. По данным подлиски, в Советском Союзе на начало 1976 г. приходится на каждую семью более четырех периодических изданий. Они имеют несравненно большие возможности привлекать в качестве авторов самых квалифицированных специалистов, крупных ученых и оперативно, систематично оказывать идеологическое воздействие на огромную аудиторию. Пресса в состоянии ежедневно давать читателю глубоко прокомментированную социальную информацию в широком тематическом и жанровом многообразии, дифференци-

⁶ Материалы XXV съезда КПСС, с. 72.

⁷ О партийной и советской печати, радиовещании и телевидении. Сборник документов и материалов, М., 1972, с. 196.

ровано воздействовать одновременно на различные социальные группы и на общество в целом.

В сравнении с радио и телепередачами газета предоставляет своей аудитории самой определять время и место ознакомления с опубликованными материалами. В случае необходимости читатель в отличие от радиослушателя или телезрителя может вновь возвратиться к любому заинтересовавшему его материалу, в любое время прервать чтение для обдумывания тех или иных идей, фактических данных, для наведения справок и т. п.

Высокий престиж массовой печати в пропаганде марксистско-ленинского учения и политики КПСС, в освещении и толковании событий международной жизни и т. д. — сохранится и в обозримом будущем.

Отражая рациональное, научно-теоретическое осознание социальной действительности и перспективы ее поступательного развития, печатная партийная пропаганда выступает важным средством связи между марксистско-ленинской теорией и практикой классовой борьбы, практикой коммунистического строительства. Это означает, вместе с тем, что объектом отражения печатной партийной пропаганды является не только марксизм-ленинизм как научная идеология, но и сама социальная жизнь, вся объективная реальность в той мере, в какой она вовлечена в орбиту общественной жизни. Иначе говоря, объектом отражения этим типом творческой деятельности является не только опосредованное отражение социальной жизни (обществоведческие знания), но и сама общественная практика, ее теоретическое осмысление. В. И. Ленин всегда рассматривал содержание и весь характер партийной пропаганды в неразрывной связи с развивающейся социальной практикой, как творчество, отражающее научную идеологию и революционную практику, политические цели рабочего класса, его партии, выражающие интересы всех трудящихся масс. В этом В. И. Ленин видел самый эффективный путь внесения научных знаний о закономерностях социального развития в общественное и индивидуальное сознание.

Естественно, это предполагает и систематическое, на научном уровне осуществляемое разоблачение любых влияний буржуазной идеологии, чуждых марксизму-ленинизму концепций и взглядов.

И сегодня актуален вывод В. И. Ленина о том, что «действительное политическое просвещение рабочих не может идти иначе, как в выдержанной, последовательной, до конца доводимой борьбе пролетарских влияний, стремлений, направлений против буржуазных»⁸.

⁸ Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 25, с. 351.

В свете этого вывода можно критически оценить практику тех наших газет, на страницах которых публикуются теоретико-пропагандистские статьи преимущественно лишь позитивной направленности. В этих случаях нарушается традиция марксизма-ленинизма, состоящая в том, что позитивное изложение всегда сочетается с разоблачением антикоммунизма, любых влияний наших идейных противников.

Как известно, под «историей современности» марксизм-ленинизм имеет в виду прежде всего историю человеческой деятельности. И это потому, что в любой социальной системе человек выступает в качестве главного компонента всех видов и форм общественных отношений. «История — не что иное, как деятельность преследующего свои цели человека»⁹.

Этот вывод имеет первостепенное методологическое значение и для осознания предмета пропагандистского творчества в прессе, обязывает всегда видеть в нем «человековедческий» характер. Это — человековедение, призванное отражать на теоретическом уровне существенные связи и отношения между человеком и действительностью.

Одна из особенностей теоретико-пропагандистского творчества состоит в том, что оно нацелено на теоретический анализ возможного и поиск путей превращения его в действительное. Партийная пропаганда истолковывает, теоретически обосновывает с позиций политики КПСС, развивающегося обществоведения новые явления, процессы общественного развития, их тенденции, способствуя тем самым их осознанию массами. Оценка фактов, явлений, процессов, анализируемых пропагандистом, непременно сопровождается аргументированными убедительными рекомендациями практического характера. Все это означает, что полнота объективного отображения социальной действительности в печатной партийной пропаганде — это не только документальная достоверность, теоретическая обоснованность свершившихся фактов, явлений. Это и умение видеть развитой социализм в его возможностях, прокладывать пути реализации выявленных прогрессивных возможностей, умение осмысливать опыт прошлого с позиций настоящего, с вершин достигнутого, в неразрывном единстве с политикой КПСС.

В этом отношении полны глубокого методологического смысла замечания В. И. Ленина по поводу статьи Г. М. Кржижановского «Задачи электрификации промышленности». Высоко оценив сугубо технико-экономические показатели, задачи развития электрификации в промышленности, изложенные в этой статье, В. И. Ленин посоветовал автору дать и план политический или государственный, чтобы

⁹ Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 2, с. 102.

«увлечь *массу* рабочих и сознательных крестьян *великой* программой на 10—20 лет»¹⁰.

Смысл этой задачи и успех ее осуществления В. И. Ленин обуславливает умением пропаганды осуществлять экономическое воспитание масс, наглядно, популярно раскрывать политический аспект намечаемых технико-экономических преобразований, увлекать перспективами «совершенно новой цивилизации».

И сегодня главным в деятельности Коммунистической партии является выработка генеральной перспективы развития общества, правильной политической линии и организация трудящихся в целях претворения ее в жизнь. Ясно, что и формирование научного мировоззрения осуществляется тем успешнее, чем глубже и аргументированнее раскрывается политика нашей партии, выражающая жизненные интересы советского народа.

Только на этой предметной основе могут совершенствоваться и эффективно функционировать все виды партийной пропаганды. Заостряя на этом внимание кадров идеологического фронта, газета «Правда» подчеркивала в редакционной статье:

«Один из важнейших источников силы нашей ленинской партии состоит в том, что в ее деятельности органически слиты всесторонний и глубокий теоретический анализ, точный, научно обоснованный и реалистичный политический расчет и целеустремленная практическая работа. Поэтому и предметом партийной учебы является изучение, глубокое осмысление теории, политики, практической деятельности партии в их диалектической взаимосвязи»¹¹.

Теоретико-политическое постижение социальной действительности как главный признак предмета печатной партийной пропаганды в решающей степени определяет и другие ее характеристики и прежде всего — актуальность. Ведь именно политика стимулирует развитие всех форм социалистической идеологии, актуализирует задачи пропаганды в соответствии с потребностями общественной практики.

Под актуальностью мы понимаем не просто новость или направленность пропаганды на современную социальную действительность, отображение тех ее сторон, которые оказались или должны быть в центре внимания класса, общества в целом. Актуальность — это одновременно и историко-конкретная оценка злобы дня с партийно-классовых позиций, взвешенность идейно-политического заряда соответствующих фактов, явлений, процессов. В этом смысле актуализация содержания печатной пропаганды является одним из важнейших факторов, обуславливающих ее эффективность.

¹⁰ Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 40, с. 63.

¹¹ Единство теории, политики и практики. «Правда», 1975, 9 сент.

Принцип актуализации требует, чтобы пропагандист всегда был сориентирован на выражение или разъяснение тех вопросов теории, политики партии и конкретных проблем экономического, культурного строительства, идейной жизни развитого социалистического общества, которые в данный момент животрепещущи.

Сегодня основное содержание, характер актуальности проблем, которые оказываются в центре внимания печатной пропаганды, определяются теорией и практикой борьбы за осуществление решений XXV съезда КПСС, положениями новой Конституции СССР. «Донести идеи съезда до каждого коммуниста, до каждого советского человека», — говорил Л. И. Брежнев с трибуны XXV съезда партии, — таков почетный долг не только пропагандистов, лекторов, докладчиков, но и всех наших партийных активистов»¹².

Актуальность как черта предмета печатной партийной пропаганды весьма эффективно может проявляться и в популяризации революционного прошлого нашего народа, Коммунистической партии, например, того опыта, который особенно поучителен сегодня для международного пролетариата. В этом отношении весьма показательна статья К. Зародова «Ленинская стратегия и тактика революционной борьбы»¹³. Она посвящена 70-летию книги В. И. Ленина «Две тактики социал-демократии в демократической революции». Характеризуя ее теоретико-революционную сущность, тов. Зародов не ограничивается раскрытием значения этой ленинской работы для развития революционных сражений прошлого. Он сразу же акцентирует внимание читателя на актуальный и сегодня всемирный масштаб ленинских выводов.

«По времени материалы этого ленинского труда привязаны к 1905 году. Но минуло семьдесят лет, и сегодня он читается так, будто дело касается событий, развертывающихся на наших глазах. В книге речь идет главным образом о России. Но масштаб ленинских выводов — всемирный». И далее автор убедительно показывает сегодняшнюю революционную, методологическую сущность ленинских идей о гегемонии пролетариата в битве за демократию и социализм, о характере, движущих силах и перспективах буржуазно-демократических революций в XX веке. Он подчеркивает, что «гегемония пролетариата раскрывается в ленинском анализе как фактор постоянного, глубокого и всестороннего воздействия рабочего класса на развитие и перспективы революционного процесса. Становится ясно, что в современных условиях никакая подлинно народная революция невозможна вне этой гегемонии. Именно ведущая роль пролетариата создает

¹² Материалы XXV съезда КПСС, с. 74—75.

¹³ «Правда», 1975, 6 авг.

возможность победы в борьбе за демократию. И только она позволяет привести в действие те особые рычаги, посредством которых обеспечивается переход от общедемократического к высшему, социалистическому этапу революции».

Также предельно актуализированно рассматривает К. Зародов и вывод В. И. Ленина о том, что неперенным условием победы демократической революции является установление революционно-демократической диктатуры пролетариата и крестьянства. В этой связи он разоблачает современные модные оппортунистические концепции, представляющие дело так, будто для пролетариата и его партии овладение рычагами власти должно быть лишь заключительным актом, результатом некоего общенационального референдума, который де только и может выразить волю большинства.

Статья «Ленинская стратегия и тактика революционной борьбы» всесторонне, в тесной связи с современной социальной практикой, убедительно показала, что идеи ленинской работы «Две тактики социал-демократии в демократической революции» сохраняют чрезвычайную актуальность. Автор подчеркнул методологическую сущность этих идей для дальнейшего развития теории и практики революционной борьбы, для разоблачения буржуазных и оппортунистических концепций и взглядов на характер, движущие силы и перспективы революций в XX веке.

Умение актуализировать героическую историю рабочего класса, Коммунистической партии, извлекать из исторических событий прошлого уроки, конкретный поучительный опыт для современной социальной жизни, раскрывать их сегодняшнюю научную, практическую, политическую значимость — драгоценное качество печатной партийной пропаганды. Для пропагандистской разработки историко-партийных тем чрезвычайно важным в методологическом аспекте является вывод Ф. Энгельса о том, что «...даже для большинства вещей, написанных в расчете на то, что они будут жить вечно, существует определенный период, когда они производят наибольший эффект и наиболее своевременны»¹⁴.

С этих позиций важно подходить к определению времени публикации материалов о значительных событиях историко-революционного прошлого, рассказ о которых в определенные периоды также производит наибольший эффект и наиболее своевременен.

Отмеченные выше особенности предмета теоретико-пропагандистского творчества диктуют необходимость оперативного познания и отображения социальной практики.

Оперативность печатной партийной пропаганды в наши дни — это быстрая реакция на важные факты, события и яв-

¹⁴ Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 28, с. 446.

ления из нашей внутривнутриполитической и зарубежной жизни, своевременное убедительное доведение до сознания масс новых выводов марксистско-ленинского учения, разработанных Коммунистической партией новых политических лозунгов, планов экономического развития страны и т. д.

В некоторых редакциях местных газет бытует мнение, будто отделы пропаганды — не оперативные отделы. Оно несостоятельно. Обострение и особенности идеологической борьбы в современных условиях требуют еще большей незамедлительности теоретического осмысления актуальных событий, новых фактов, острых политических проблем и наступления с прочных политических позиций на враждебную марксизму-ленинизму идеологию и практику. Отставать в этом отношении от классового врага — значит девальвировать нашу научную, классово-партийную интерпретацию «горячих» фактов и событий, давать ему возможность ложно интерпретировать социальные явления, извлекать выгоду из распространения клеветы, «сенсационных» сообщений.

Издавна известно, что человека легче убедить, нежели разубедить. Эффект первого впечатления, как доказали психологи, является сильнодействующим. К этому выводу пришли и видные советские журналисты. «Любая политическая новость — писал еще в 1967 г. Н. Пальгунов, — овладевает общественным мнением в той версии, которую оно раньше всего узнало. Все последующие версии будут восприняты как попытка или уйти от истины или попытка как-то подправить или опровергнуть уже ставшую известностью версию»¹⁵.

Стало быть, своевременное теоретическое осмысление и компетентное комментирование актуальных социальных фактов и явлений, приоритет в информировании дает читателям правильную ориентировку, цементирует доверие к нашей пропаганде, сокращает возможности идеологического противника манипулировать общественным мнением с помощью клеветы и дезинформации. Тем самым обеспечивается не только эффективность воздействия на общественное и индивидуальное сознание трудящихся масс, но и контрпропагандистская действенность наших газет, их наступательная борьба против буржуазной идеологии и ревизионизма.

Таким образом, теоретико-пропагандистское творчество в общем потоке публикаций имеет свои особенности. Их существование и дает основание для определения его предмета.

Предметом печатной партийной пропаганды являются особо актуальные аспекты социальных теорий и общественно-исторической практики. Соотнося процессы развития теории и социальной практики, разъясняя их в целях формирования и развития социалистического сознания масс, осущес-

¹⁵ Пальгунов Н. Заметки об информации. М., 1967, с. 27.

ствления политико-организаторских задач, практической политики, теоретическая пропаганда в полной мере может продемонстрировать свою связь с жизнью, подлинно творческий характер.

Важнейшей особенностью предмета данного типа творчества является дифференцированное распространение, разъяснение марксистско-ленинской теории, политики, практической деятельности КПСС в их диалектическом единстве. При этом в соответствии с принципами и функциями коммунистической прессы в фокусе партийной пропаганды всегда находятся боевые рубежи, передовые позиции творческого развития марксизма-ленинизма. С этих позиций обеспечивается оперативное теоретико-политическое постижение и освещение животрепещущих социальных проблем, конкретных реалий современности.

Влияние печатной партийной пропаганды на общественное сознание, дела и поступки людей определяется не только революционной природой, научностью разъясняемого ею марксистско-ленинского учения, но и творческим характером самой пропаганды. Можно с уверенностью сказать, что она в той же мере социально-действительна, в какой является творческой, способной стимулировать творческое мышление, поиск решения выдвигаемых жизнью проблем, развитие трудовой и общественно-политической активности человека.

«Газета может и должна, — учил В. И. Ленин, — ...развивать теоретические истины, тактические положения, общие организационные идеи, общие задачи всей партии в тот или другой момент»¹⁶.

Развивать сегодня традиции марксистско-ленинской творческой пропаганды — значит не ограничиваться лишь разъяснением общих истин революционного учения, их абстрактной, просветительской трактовкой. Марксистско-ленинский опыт научной популяризации в прессе учит необходимости теоретически осмысливать и обобщать социальные явления и процессы. Опираясь на свершившееся в жизни, достигнутое в науке, творческая пропаганда непременно разъясняет сущность новых задач и целей, выдвигаемых Коммунистической партией, раскрывает их значение в общем комплексе политики партии. На основе анализа конкретных теоретико-практических проблем такая пропаганда обосновывает рекомендации, говорит, что надо предпринять, чтобы выполнить задачи, достигнуть цели, о которых идет речь, какие силы могут и должны достичь намеченного. Пропагандист призван указать и на опыт, средства, методы работы, которые могут

¹⁶ Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 7, с. 8.

лучшим образом послужить осуществлению выдвигаемой задачи, цели, с учетом того, кому адресуется данный текст.

Эффективность партийной пропаганды немыслима без сопутствующего процесса совершенствования ее литературной формы. Подчеркивая творческий литературный характер журналистского дела вообще, В. И. Ленин неоднократно оценивал в этом аспекте и теоретико-пропагандистскую деятельность. Вспомним, как высоко он ценил искусство слова, например, в атеистической пропаганде. «Бойкая, живая, талантливая, остроумно и открыто нападающая на господствующую поповщину публицистика старых атеистов XVIII века», по мнению В. И. Ленина, более подходяща «для того, чтобы пробудить людей от религиозного сна, чем скучные, сухие, не иллюстрированные почти никакими умело подобранными фактами пересказы марксизма, которые преобладают в нашей литературе...»¹⁷

Некоторые исследователи характеризуют научную популяризацию лишь как репродуктивный вид деятельности. М. С. Каган, например, рассматривает ее как деятельность, «которая размножает, «тиражирует», репродуцирует научные открытия, придавая им форму, доступную для массового восприятия. Но это значит, что данная разновидность деятельности в сфере познания, как и в материальной практике, служит посредником между производством и потреблением, что и обуславливает объективную необходимость вторичной, репродуктивной деятельности, наряду с деятельностью продуктивно-творческой»¹⁸.

Известны и утверждения, будто в современных условиях популяризатор, являясь дополнительным звеном между **ученым** и «непосвященным», преобразует язык специалистов в обычный язык и играет роль «дешифратора».

Подобные выводы имеют определенное подтверждение в той части теоретико-пропагандистской практики, которая действительно не отличается научно-творческим характером. Однако в целом печатная партийная пропаганда лежит в русле продуктивно-творческой деятельности и ее неправомерно **ограничивать** репродуктивной ролью и тем более — **низводить до умения «дешифрования»**.

С этих позиций мы полностью разделяем вывод В. Г. Афанасьева о том, что «производство и воспроизводство идей — результат труда как тех, кто создает и развивает социалистическую идеологию, так и тех, кто вносит ее в сознание масс»¹⁹. Рассматривать пропаганду только как адаптер и про-

¹⁷ Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 45, с. 26.

¹⁸ Каган М. С. Человеческая деятельность. М., 1974, с. 63.

¹⁹ Афанасьев В. Об управлении идеологической сферой в социалистическом обществе. «Коммунист», 1975, № 12, с. 60.

водник идей — значит ориентировать ее на академизм и начетничество.

Таким образом, отражение общественной жизни в теоретико-пропагандистском творчестве представляет собой сложный процесс познавательной деятельности субъекта пропаганды, воплощающейся в различных формах. Это — не механическое копирование бытия, не репродуцирование идей, а подлинно творческая журналистская деятельность, процесс духовного овладения социальной действительностью, постижения ее новых явлений, сторон. Только на этом пути печатная партийная пропаганда демонстрирует свою эффективность.

Главная особенность печатной партийной пропаганды как типа творчества состоит в том, что она представляет собой сочетание продуктивного и репродуктивного видов деятельности, отражения социальных явлений.

Все сказанное выше означает, что подлинно творческой пропаганде чужды догматизм и начетничество. Более того, она призвана вести борьбу против этих явлений в идеологической работе вообще, разъяснять их сущность и причиняемый ими вред.

В каких типичных проявлениях догматизм и начетничество все еще дают о себе знать в нашей научной и пропагандистской практике?

Прежде всего в трактовке теоретических положений в отрыве от конкретно-исторической обстановки, когда ведется осужденный В. И. Лениным поиск ответов на конкретные вопросы в простом логическом развитии общей истины. К тем же результатам ведет механическое перенесение теоретических положений на все случаи жизни, то есть пересказ известных истин, цитат без глубокого осмысления теории путем сопоставления ее выводов с развивающейся социальной практикой.

Тенденции догматизма в печатной пропаганде своеобразно проявляются и в запоздалом освещении ею тех вопросов, тех новых явлений в жизни, на которых уже давно и активно спекулируют наши идеологические противники, давая им свое, далекое от научной истины истолкование.

Уход от злободневных вопросов современности, от обсуждения и разрешения выдвинутых жизнью проблем, прикрытие правильными, в общем, формулами, но требующими в изменившихся конкретно-исторических условиях конкретизации и дополнения — все это наносит большой вред воспитательной работе.

Догматизм особенно опасен в условиях научно-технической революции, требующей от каждого труженика социализма не только пополнения знаний, но и нового качества мышления, всегда открытого для восприятия и творческой

переработки все новых и новых данных социальной практики.

Как проявление несамостоятельности мышления, шаткости мировоззрения, догматизм ведет к штампу, несамостоятельности в журналистском творчестве.

Повышение эффективности печатной партийной пропаганды немислимо без непрерывного совершенствования присущих ей приемов, методов, форм познания и отображения текущей социальной жизни. Здесь важно все: и умение поставить на службу новым задачам накопленный ранее опыт, творчески применять в изменившихся условиях «старые приемы борьбы»; и поиск новых способов разработки и литературного оформления идеологических тем, чего требует сама творческая природа пропагандистского труда. При этом первостепенное значение имеет усвоение методологической сущности принципа партийности коммунистической пропаганды.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ ПРИНЦИПА ПАРТИЙНОСТИ ПРОПАГАНДЫ

Разрабатывая методологические основы коммунистической пропаганды, В. И. Ленин особое внимание уделил обоснованию таких ее принципов, как партийность, конкретно-исторический подход к разъяснению марксистского учения и анализу общественной практики, правдивость, связь с жизнью. Их комплексному рассмотрению в тесной связи с современным пропагандистским опытом посвящен ряд исследований²⁰.

В ряду этих принципов основополагающую методологическую роль играет принцип партийности. Считая его самым драгоценным качеством коммунистической пропаганды и агитации, В. И. Ленин неизменно подчеркивал необходимость ясного политического сознания, прочных классовых позиций, осознанной партийности в борьбе за осуществление революционных идеалов. «...Именно потому, что мы отстаиваем партийность принципиально, — писал В. И. Ленин, — в интересах широких масс... нам надо всеми силами добиваться того и строжайше следить за тем, чтобы партийность была *не словом* только, а *делом*»²¹.

В печатной партийной пропаганде принцип партийности диалектически воплощает в себе как черты классовости, пар-

²⁰ См.: «Коммунистическая пропаганда: вопросы теории и методики». М., 1974; Ефимов А. Г., Поздняков П. В. Научные основы партийной пропаганды. М., 1966; Голант Е. А., Соломоник А. Г. Ленинские принципы партийной пропаганды. Л., 1967; Кротов Ф. Г. Ленинская теория пропаганды и современность. М., 1972; Колосов Г. В. Принципы коммунистической пропаганды. Алма-Ата, 1972; Шандра В. А. Ленинские принципы пропаганды в современной газетной практике. В кн.: Газета, пропаганда, жизнь. Свердловск, 1974 и др.

²¹ Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 19, с. 110.

тийности обществоведческих наук, так и черты классовости, партийности и в этом смысле тенденциозности массовых средств информации и пропаганды. Они партийны, классовы уже потому, что являются проводниками политики Коммунистической партии, выражают интересы рабочего класса, всех трудящихся. Именно поэтому в практике коммунистической журналистики принцип партийности находит особенно отчетливое и открыто тенденциозное выражение. «В печати классовые идеи выражены резче и прямее, — справедливо подчеркивает А. Ф. Бережной, — чем в художественной литературе или в искусстве. Печать более острое и быстродействующее оружие классовой борьбы...»²².

Еще «резче и прямее» принцип партийности находит выражение, естественно, в теоретико-пропагандистском творчестве. Здесь оценочный, аксиологический момент проявляется и как внутренне присущий природе разъясняемых марксистско-ленинских идей.

Аксиологический аспект партийности пропаганды выражает взаимоотношение познания социальных фактов, процессов и оценки. Оценка эта с позиций принципа партийности исходит из признания определяющего значения политически выраженных интересов классовой борьбы. «Классовая борьба, — указывал в этой связи В. И. Ленин, — должна быть нашей первой и коренной заботой, должна быть тем оселком, на котором мы будем испытывать и принципиальные вопросы, и политические задачи, и приемы пропаганды, агитации и организации»²³.

Будучи классово-партийной, марксистская политическая оценка должна в то же время быть объективно-истинной. Речь идет о единстве политического и объективно-теоретического аспектов отражений социальной действительности.

Как убедительно показала В. В. Ученлова, публицистическое мастерство основоположников пролетарской печати характеризуется прежде всего тем, что в их творчестве гармонично и выразительно воплотилось взаимодействие ценностно-идеологического и гносеологического планов отражения действительности. К. Маркс, Ф. Энгельс, В. И. Ленин постоянно делают упор в своих произведениях на «упрямую» фактическую сторону событий. И в то же время они постоянно подчеркивают необходимость осознания классовой партийной позиции при отборе, анализе и отображении социальных фактов. «Это — отражение объективных обстоятельств, деталей исторических событий и их осмысление с точки зрения интересов порабожденного пролетариата, опробование лич-

²² Бережной А. Ф. Ленин — создатель печати нового типа. Л., 1971, с. 210.

²³ Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 6, с. 321.

ным революционным опытом. Переплелись здесь и сплелись в органическое единство фактографический и ценностный уровни оперативного воспроизведения бытия. Документализм отображения совместился с открытой защитой класса, кровно заинтересованного в строго объективном постижении исторических процессов. Объективность стала средством выражения политической тенденциозности для идеологов эксплуатируемых борющихся масс»²⁴.

И действительно, какой бы теоретико-пропагандистский текст основоположников научного коммунизма мы ни рассмотрели, принцип партийности в нем находит реальное воплощение в том, что на его основе не только анализируется социально-политический характер определенного явления, дается классово-пролетарская его оценка, но и выясняется его теоретико-познавательная сущность, логика развития. Будучи нерасторжимо связанными между собой, все эти аспекты познания и обеспечивают его объективность. И именно эта объективность познания, диалектико-материалистическая обоснованность в объяснении общественных явлений и характеризуют принцип партийности как важнейший методологический прием исследования, анализа социальных фактов и социальных теорий, который нацеливает коммунистическую пропаганду на творческое познание и отображение жизненных явлений, на тесную связь с практикой. В том и проявляется главная сила нашей идеологической пропаганды, что она отражает марксистско-ленинское, научное понимание исторической необходимости и закономерности общественного развития, дает правдивую оценку любых социальных фактов и явлений.

Неотделимость партийности и объективности коммунистической пропаганды гносеологически обусловлена применением марксистско-ленинского метода анализа действительности. Стоять на позициях партийности пропаганды — значит последовательно руководствоваться открытыми марксизмом законами функционирования и развития общества, применять марксистский метод анализа действительности. Применять же этот метод — значит идти путем объективно-научного анализа партии и практики развития социальной действительности. Последовательная и твердая партийность, таким образом, выражая интересы восходящего класса, не только заинтересована в познании объективной истины, но и является средством ее достижения.

Именно поэтому важнейшими факторами ценностно-идеологической ориентации пропагандиста являются развитое

²⁴ Ученюва В. В. Происхождение и развитие публицистики как рода литературно-политической деятельности. Автореф. докт. дисс. М., 1974, с. 15.

революционное мировоззрение и глубокая политическая эрудиция.

В. И. Ленин постоянно требовал от пролетарской, а затем и от партийно-советской журналистики — руководствоваться марксизмом — единственным мировоззрением, которое объясняет мир, указывает пути его преобразования, служит методологическим оружием, надежным ориентиром в выборе конкретных средств, методов и форм борьбы для достижения осознанной цели.

Методологическая функция мировоззрения в партийной пропаганде проявляется в том, что оно служит способом обобщенного осознания автором теории и практики социальных преобразований, цели и смысла своей деятельности.

Наиболее существенными качественными характеристиками мировоззрения журналиста являются глубина и цельность осознания им марксистско-ленинского учения, убежденность, связь его взглядов с деятельностью и поведением. Именно это внутренне единое духовное образование является одновременно условием и показателем глубины осознания журналистом теории и практики социальных преобразований, ясности мысли, правильного подхода к познанию и оценки фактов, явлений и процессов общественной жизни.

Классики марксизма-ленинизма постоянно учили видеть диалектику взаимосвязи мировоззренческой зрелости автора и используемых им методов анализа действительности. «...*Неверное мышление*, — говорил К. Маркс, — неизбежно и произвольно фабрикует *неверные факты*, следовательно — производит искажение и ложь»²⁵.

Ф. Энгельс подчеркивал особую необходимость для публициста «*позитивного широкого мирозерцания*». Основой же этого мирозерцания, по мысли Ф. Энгельса, должны быть научные общественные идеалы, неотрывно сопряженные «с уровнем философии данной эпохи»²⁶.

Теоретическая пропаганда в советской политической периодике последовательно отражает динамику общественного развития с позиций марксистско-ленинского миропонимания, которое исключает субъективизм, объективизм, любые проявления вульгаризации. Предопределяя таким путем строгую научность и партийность содержания, коммунистическая пропаганда, в отличие от буржуазной, не только не скрывает, а требует отчетливо выраженной, открытой, полной, ясной читателю мировоззренческой позиции автора. Ведь содержание любого текста представляет собой отражение жизненных фактов, явлений, идей, пропущенных через призму взглядов, убеждений, идеалов автора. Это означает, что оценка любых

²⁵ Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. I, с. 180.

²⁶ Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 41, с. 264.

реалий социальной действительности в советской газете является не чем иным, как выражением авторского миропонимания.

Какими бы «тайнами» сугубо профессионального мастерства ни обладал пропагандист, любой журналист, качество, действенность его выступления в решающей степени обуславливаются степенью его мировоззренческой зрелости. Можно обладать незаурядным талантом публициста, литератора, но не быть им или приносить вред, не обладая одновременно и качествами идейно зрелого бойца, не умея проводить классовую остроту и направленность в своем творчестве. Именно в этой связи В. И. Ленин писал в статье «Об А. Богданове»: «Политическая точка зрения на сотрудничество того или другого литератора в рабочей прессе состоит в том, чтобы судить об этом не с точки зрения стиля, остроумия, популяризаторского таланта данного писателя, а с точки зрения его направления в целом, с точки зрения того, что несет он своим учением в рабочие массы»²⁷.

Всегда актуальный методологический смысл этого ленинского положения напоминает, что главным условием эффективности печатной партийной пропаганды является глубина ее содержания, повышение ее идейно-теоретического уровня. А этого нельзя достичь, полагаясь лишь на сугубо профессиональное умение. Подлинное пропагандистское мастерство немислимо без опоры на развитое марксистско-ленинское мировоззрение, дающее понимание исторической перспективы, направления развития анализируемых фактов, явлений, обеспечивающее идейную ясность, определенность взглядов, принципиальность авторской позиции.

Известные советские публицисты, делясь своим опытом, непременно говорят об определяющем значении мировоззрения, политической зрелости в развитии журналистского мастерства. Например, лауреат премии им. Воровского Эрнст Генри, отличающийся большой эрудицией и остротой журналистского мышления, подчеркивает необходимость именно философского постижения современности, углубленного осмысления объективных закономерностей ее развития. Сегодня «писать историю современности, — в понимании Эрнста Генри, — значит говорить не только о событиях дня, но и о характере эпохи, о философии времени, не только описывать, но и осмысливать современность»²⁸.

Поверхностность научного миропонимания или недостаточная включенность мировоззрения на любом из этапов творческого процесса — от отбора, анализа фактов до облачения познанного содержания в соответствующую литератур-

²⁷ Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 24, с. 339.

²⁸ Сагал Г. Двадцать пять интервью. М., 1974, с. 210.

ную форму — неизбежно предопределяет поражение в творчестве. Чаще всего первопричиной этого является односторонняя, поверхностная оценка материала действительности. Извлечем урок из конкретного примера.

В конце 60-х годов на страницах ряда газет, в том числе и центральных, стали чаще появляться материалы, нацеленные на утверждение всемерного уважения к профессии официанта. Сам по себе этот факт внимания к людям данной профессии, как и к другим в сфере обслуживания, можно только приветствовать. Однако то, как осмысливался «социальный портрет» официанта, — вызывало и возражения. Стремление быть верным «правде факта» приводило авторов к ошибочным суждениям о чаевых, полному игнорированию их социальной природы. Отсюда констатации вроде: «официанты относятся к чаевым, как шоферы к запаху бензина: никуда от него не денешься». Отсюда и подчеркнуто обыденный разговор о том, какую роль играют чаевые в бюджете семьи официанта и т. д.

От констатаций эмпирического характера Л. Юнина пошла дальше. В ее статье «Так ли страшны чаевые?...»²⁹ сделана попытка не только оправдать и расширить сферу «закономерного» функционирования этого пережитка купеческой, частнособственнической психологии и морали, но и подвести под него своеобразную «теоретическую» базу.

«А что же все-таки это такое — чаевые?» — ставит автор вопрос. И дает им далекое от науки субъективистское определение:

«Чаевые... — это ваша личная премия человеку, хорошо обслужившему лично вас. И в этом их суть»: А посему «бороться надо не с чаевыми, а с обезличиванием чаевых. Чтоб это была не милостыня, а награда, благодарность за хороший труд».

От такой постановки вопроса рукой подать до сопоставления чаевых с действующими в нашем обществе принципами морального и материального стимулирования труда:

«...Когда рабочий государственного предприятия получает премию за перевыполнение плана, скажем, производства автомобилей, эти деньги все равно платит ему *мы*, то есть все общество, ибо государственный карман — это наш коллективный карман. Так почему же чаевые не могут быть *личной* премией в сфере обслуживания?»

Первое, что явственно ощутимо, — Л. Юнина полностью игнорирует показания идеологического компаса, выводы общественных наук о типологии, классовой сущности, причинах сохранения и исторической обреченности любых пережитков, «родимых пятен» капитализма. Неверность в этом

²⁹ «Лит. газ.», 1969, 12 февр.

конкретном случае мировоззренческой позиции неизбежно сопровождается несостоятельностью приемов анализа и оценки фактов существования чаевых. Автор оказался в плену эмпирической данности, не только не понял социальную сущность старых, хотя и неизживших себя привычек и традиций буржуазного общества, но и стал на их защиту.

Анализируемая нами статья — тот случай, когда ошибочность выступления оказывается возможной и при полной достоверности фактической стороны дела. Да, действительно в сфере обслуживания чаевые дают и чаевые берут. Но оценка этих и подобных фактов в пропаганде, с партийных позиций может и должна быть только на уровне их соответствия или несоответствия прогрессивным идеологическим ориентирам, идеологическим принципам коммунизма, историческим задачам преобразования нашего общества на коммунистических началах.

Так и оценили читатели статью «Так ли страшны чаевые?...», опубликованную под рубрикой «Спорное мнение». Для подавляющего большинства из них мнение Л. Юниной — не спорное, а ошибочное. Опубликовав обзор читательских мнений по этому поводу под выразительным заголовком «Чаевые перед судом»³⁰, редакция «Литературной газеты» выразила признательность читателям.

Принципиальная ориентация на документализм, достоверность любых журналистских текстов еще недостаточна. Необходимо стремление и умение преодолевать любые ограничения на путях к этой цели. А они бывают, как мы убедились, не только гносеологического, но и идеологического характера, то есть зависят от уровня идейно-теоретических знаний, убеждений автора и т. п.

Первый секретарь правления Союза писателей СССР Г. М. Марков имел все основания сказать с трибуны XXV съезда КПСС: «Чтобы прозорливо видеть жизнь, чтобы верно и точно отбирать явления, содержащие зерна значительных событий, чтобы уверенно идти на обобщения, могущие взволновать общество, писатель должен обладать не только талантом истинного художника и творческой смелостью, но и глубоким марксистско-ленинским мировоззрением, во всем руководствуясь ленинской политикой партии — этим могучим диалектическим сплавом революционной теории и революционного действия»³¹.

Еще в большей степени эти мысли относятся ко всем типам продуктивно-творческой деятельности в журналистике, которой имманентна непосредственная политико-идеологическая оценка отображаемого материала действительности.

³⁰ «Лит. газ.», 1969, 5 марта.

³¹ «Правда», 1976, 28 февр.

«Глубоко копать» в партийной печатной пропаганде — значит уметь устанавливать типичность фактов, полноту выражения ими сущности определенных явлений; прозорливо выявлять в логике жизненных ситуаций механизм действия закономерностей общественного развития; вскрывать естественные противоречия, трудности поступательного движения развитого социализма, поддерживать все подлинно прогрессивное. А это возможно только с позиций глубокого осознания марксизма-ленинизма. Только на его основе могут развиться талант, профессиональные навыки, все то, что мы вкладываем в понятие творческого «я».

Если по тем или иным причинам позиция автора оказывается суженной шорами идейной ограниченности, он легко может стать апологетом эмпирической достоверности, исходящей только из фактологической данности. Такая «методика» неизбежно компрометирует пропагандистское творчество. Немало примеров тому дают публикации о зарубежной жизни. Слепо ориентируясь на цифры и «факты», содержащиеся в проспектах буржуазных туристических фирм, различных зарубежных справочниках, некоторые наши туристы по возвращении на Родину спешат некритически изложить их в газете. В произведениях других авторов чисто художническое, субъективистское восприятие природных и бытовых красот буржуазных государств заслоняет реалистическую картину жизни народов этих стран.

К явно искаженному, приукрашенному изображению жизни капиталистических государств приводит и элемент неправильно понятой «дипломатии», выражающейся в неумеренных и ничем неоправданных восторгах по поводу всего увиденного за рубежом. Такая «методика» способна порождать лишь поверхностные, ничего не дающие читателю писания, а иногда и вводящие его в заблуждение.

Традиции А. М. Горького, В. Маяковского, развиваемые известными советскими публицистами сегодня, учат другому: рассказывать о заграничных путешествиях, о личных впечатлениях языком пролетарских трибунов, разоблачать основы буржуазной идеологии и буржуазного «образа жизни». Это важно уже потому, что пытливый советский читатель интересуется прежде всего социальными проблемами, коренными вопросами народной жизни. Именно на это должен быть нацелен и ценностно-идеологический взгляд пропагандиста идеалов коммунизма. В изображении зарубежной жизни он должен стремиться, говоря словами В. И. Ленина, — «получить настоящую картину, а не грудку бессвязных, drobных, изолированных фактов и фактиков...»³²

³² Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 8, с. 321.

Такой подход предполагает внимание к деталям, их оценку, показ через конкретные факты и явления больших социальных проблем, тенденций развития жизни за рубежом. Лучшие публицистические произведения на эти темы убеждают, что только творчество партийно-тенденциозное, партийно-пристрастное, личное является в то же время и широким, долговечным, ибо отражает мир строго реально, глубоко. Этот путь исключает легковесную сентиментальность, высокомерие и уничижение, одинаково ненужные в освещении жизни других стран.

Главная наука в пропагандистском творчестве, первейший критерий журналистского мастерства вообще — умение постоянно и отчетливо видеть границу двух мировоззрений, твердо стоять на позициях марксистско-ленинского учения и убежденно воплощать его в жизнь.

Мировоззрение, политическое сознание в условиях развитого социалистического общества все в большей степени выступает не изолированно, а наряду с моральным — как особая форма нормативного общественного сознания. Подчеркивая роль этого единства и задачи нравственного воспитания на современном этапе, Л. И. Брежнев говорил на XXV съезде КПСС: «Ничто так не возвышает личность, как активная жизненная позиция, сознательное отношение к общественному долгу, когда единство слова и дела становится повседневной нормой поведения»³³.

В свете актуальных задач всестороннего развития самого человека на первый план выдвинулись не только проблемы ускоренного исследования нравственных отношений, их роли и значения во всех сферах общественной жизни, но и проблемы углубленного изучения научных основ эффективного идеологического воздействия на процесс формирования этих отношений.

В этой связи мы считаем жизненно важной и задачу теоретического осмысления роли морального фактора, нравственно-философского начала в ценностной ориентации пропагандистского творчества. Как известно, роль моральной регуляции по мере движения к коммунизму не только возрастает, но и становится одним из ведущих факторов ценностной ориентации в любом типе деятельности, обеспечивая прежде всего соотношение индивидуального поведения с коренными общественными потребностями и интересами.

Марксистско-ленинская этическая теория убедительно свидетельствует, что в наше время все более отчетливо проявляется заинтересованность общества в моральных критериях не только в семейно-бытовых сферах, не только в системе

³³ Материалы XXV съезда КПСС, с. 77.

школьно о воспитания, она проявляется в универсальности критерия оценки человека в труде, в общественно-политической деятельности.

Яркий пример глубокого сопряженного рассмотрения экономических и нравственных задач — доклад Л. И. Брежнева XXV съезду партии «Отчет Центрального Комитета КПСС и очередные задачи партии в области внутренней и внешней политики». В нем, как известно, особо говорится о проблемах нравственного воспитания. Однако и в тех разделах, где Л. И. Брежнев говорит о вопросах сугубо производственных, экономических, он постоянно обращается к таким нравственно-этическим категориям, как сознательность, добросовестность, любовь к труду, уважение к человеку, чувство новизны и, наоборот, отсталость, косность, бюрократизм, черствость, бездушность.

Особенность ценностной ориентации пропагандиста, любого журналиста с нравственно-философских позиций состоит в необходимости и умении выразить общественную и социальную значимость практической деятельности человека, все то, что составляет конкретное содержание целостности личности, — в свете требований морального кодекса строителя коммунизма, его идейно-нравственного идеала.

Самый перспективный путь к данной цели — глубже и систематически осмысливать и раскрывать содержание нравственных установок человека в его отношении к труду, учебе, общественной работе, к коллективу, к прошлому, настоящему и будущему своей Родины, к требованиям и потребностям нашего времени, поступательного исторического развития, то есть в процессе активной борьбы за преобразование существующей действительности в соответствии с конкретными задачами и гуманистическими идеалами.

В условиях разворачивающейся научно-технической революции, которая с неизбежностью влечет за собой и рождение новых качеств у советского человека, первостепенное значение приобретает глубокое познание личностных параметров социального взаимодействия и поведения людей в конкретных условиях места и времени, в конкретных социальных ситуациях.

«Каждое социальное действие, — пишет Г. В. Осипов, — определяется не только объективными условиями ситуации, но и при ближайшем рассмотрении личностными представлениями об этой ситуации в целом и о самом себе.

Поэтому исследование того или иного конкретного социального механизма предполагает не только сведение индивидуального к социальному... но и изучение реальных личностей, их представлений о них самих и ситуации в целом»³⁴.

³⁴ Осипов Г. В. Социология как наука. В сб.: Социальные исследования. Вып. 2. М., 1968, с. 52.

Сегодня и сценическое, экранное действие (например, таких фильмов, как «Премия», «Мое дело») все чаще держится не на любовной драматической линии, не на остроте сюжетного хода, а на глубинном анализе нравственных качеств людей, их характеров, в которых определенная экономическая установка, отношение к организации производства, способам выполнения плановых заданий и т. п. высвечивается как важнейший показатель ценностной ориентации труженика развитого социализма. Тем более важен такой подход в печатной пропаганде, повседневно опирающейся на документальный материал действительности в решении задач формирования социалистического и коммунистического типа личности.

Недостаточная осмысленность в методологии пропагандистского творчества аксиологической роли коммунистического нравственного идеала, механизма моральной мотивации отрицательно сказывается на практике отражения газетами «жизни человеческого духа». Многие из них неумело анализируют лучшие нравственные качества советских людей, не в состоянии постичь побудительные мотивы, которые управляют человеческими поступками.

Вот пропагандистская статья «Коммунизм и его мораль»³⁵. Характеризуя преданность делу коммунизма как высший принцип коммунистической морали, автор приводит ряд примеров. Так, бригада, «которой руководит Светлана Шаран, является лучшей технологической бригадой предприятия. Этого звания бригада добилась не просто стремлением ее членов себе побольше заработать, а борьбой за повышение производительности труда, за увеличение выпуска продукции всего завода. Забота о других цехах — вот главное, интересы всего завода заставляют совершенствовать профессиональное мастерство, учиться организации производства. Светлана Шаран и члены ее бригады постоянно учатся».

Далее излагается другой факт. Но стоп. Вдумаемся в первый. Прочтем еще раз подчеркнутые нами строки. Факты ли это? Откуда автор берет такие сокровенные сведения? И почему он только декларирует, а не раскрывает лучшие моральные качества членов бригады, гармоническое сочетание в этом коллективе личных и общественных интересов. Фактически автор донес до читателя только одну достоверность: бригада Светланы Шаран является лучшим коллективом. Убедительно оценить его высокие духовные качества автору не удалось. И это прежде всего потому, что он даже не попытался проникнуть в духовные пласты: в психологию людей, о которых пишет; вскрыть внутренние причины их

³⁵ «Уральский рабочий», 1973, 3 янв.

поведения, то есть показать роль именно морального фактора.

Сегодня такое умение — не доброе пожелание, не индивидуальная особенность пропагандистского творчества, а требование, обусловленное велением времени, жизни. Культурно-техническая революция диктует необходимость мобилизации всего потенциала человеческой души. Для журналиста главное здесь состоит не только в том, чтобы конкретно, убедительно показать и доказать резко повышенный спрос на интеллект, лучшие идейные и нравственные качества человека, но и научиться умению соизмерять «технические» и «человеческие» факторы развития любой сферы нашего общественного производства, давать с позиций марксистской этической теории точные и поучительные оценки любым значительным поступкам советских тружеников. Таким путем пропаганда в газете сможет еще в большей степени помогать читателям познавать закономерную при социализме совместимость начала «личного» и «общего», необходимость единства слова и дела в большом и малом.

Разумеется, подход пропагандиста к осмыслению, оценке лучших нравственных качеств советского человека и синтезированию их в нравственный, идеологический образец должен быть в высшей степени жизненным, диалектичным. Как известно, в советской литературе последних лет все чаще стали изображаться хорошие, преданные делу люди, но, как правило, отличающиеся жесткой рационалистичностью, беспощадностью характера, эмоциональной ограниченностью. Как бы ни относиться к таким героям, одно ясно: они не отражают истину общественного идеала.

Партийную пропаганду в отображении отмеченной проблематики должна отличать истинность жизни, научный подход к осмыслению ее процессов. Здесь эффективным может быть только такой текст, в котором найдет правдивое отражение реальная действительность развитого социализма, сегодняшняя нравственная суть социалистического типа личности.

С этой точки зрения только критической оценки заслуживает стремление некоторых журналистов нарочито приукрашивать героев своих произведений, показывать их такими лакированными или гранеными. Куда важнее, действеннее другое умение: разглядеть и показать в советском человеке проявление внутренней интеллигентности, мудрость народной жизни, живой, оригинальный строй мыслей, то есть высветить те лучшие качества, которым можно поучиться, которые мы хотим видеть у каждого строителя коммунизма.

Особую привлекательность и эффективность пропагандистскому тексту обеспечивает соотнесенность анализа определенных нравственных проблем с жизненным опытом читателя.

Эта действительность оптимальна тогда, когда автору удается выявить в конкретных фактах, явлениях, и полно отобразить общественные, нравственные проблемы современности, существенные черты времени и человека этого времени.

Как видим, все основные факторы ценностно-идеологической ориентации пропагандиста действуют в неразрывной взаимосвязи. Взять политический и морально-этический подходы к оценке фактов, явлений социальной действительности. Мы уже подчеркнули ведущую роль политического постижения пропагандистом социальной действительности. Однако следует иметь в виду и то, что истинность и полнота самой политической идеологии проявляет себя наиболее оптимально тогда, когда она отражает не только собственно политические, но и всю совокупность социальных отношений, в том числе, конечно, и нравственные отношения. Соединяясь с определенными нравственными требованиями, определенные политические идеи неизбежно находят отражение и в системе норм морали. В результате речь идет уже о морально-политических взглядах, социальные функции которых более многообразны, чем собственно политические взгляды или нравственные.

Подчеркивая значение единства политических и нравственных оценок в журналистском творчестве, Л. Толкунов писал: «Любой факт нашей жизни, опубликованный на газетных страницах, уже сам по себе несет определенную политическую нагрузку. Но когда мы говорим о газете в целом, то имеем в виду стройную систему фактов, утверждающих коммунистическую мораль и мировоззрение. Они могут быть представлены на суд читателя лишь в том случае, если журналист сумел услышать их нравственное звучание, раскрыть смысл, повести читателя от частного к общему»³⁶.

По нашему мнению, такой подход особенно важен в теоретико-пропагандистском творчестве. Весь арсенал его приемов, средств только тогда эффективен, когда имеется твердая опора — глубокая политическая эрудиция, развитое революционное мировоззрение, четкое осознание коммунистического нравственного идеала, глубокое знание жизни. В этом смысле пропагандист не может быть начинающим. Он имеет право предстать перед читателем любой газеты только зрелым в идейно-теоретическом отношении человеком.

Все сказанное выше означает, что объективно-научное содержание марксизма-ленинизма находит ярчайшее выражение в партийности коммунистической пропаганды и является одной из основных методологических черт этого принципа. Четкая партийная

³⁶ Толкунов Л. Герои нашего времени. «Журналист», 1974, № 4, с. 10.

позиция пропагандиста - основополагающая категория.

Заложенная в самой природе коммунистической партийности научная истинность в понимании и отображении общественных явлений и процессов обеспечивает пропагандисту те четкие исходные методологические позиции, которые позволяют:

- четко видеть перспективу общественного развития, всегда быть сориентированным на новое, подлинно прогрессивное, активно поддерживать его;

- отбирать, объективно оценивать во взаимосвязи, комментировать конкретные факты, глубоко анализировать текущие события, явления, тенденции современной социальной жизни;

- проникать в сущность теоретических концепций, идеологических течений, верно или искаженно отражающих процессы общественного развития;

- распознавать сущность классовых интересов буржуазии под покровом провозглашенных ею конкретных заявлений, политических лозунгов, принципов, а также так называемой «деидеологизированной», «честной», «надклассовой» информации;

- докапываться до корней теоретических ошибок, заблуждений в объяснении процессов общественного развития и т. д.

Нетрудно понять, почему степень осознания методологического значения принципа партийности, умение руководствоваться этим принципом в повседневной работе необходимо рассматривать как главный критерий пропагандистского, журналистского мастерства.

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ МЕТОДИКИ ЛЕНИНСКОЙ КРИТИКИ АНТИМАРКСИЗМА

Глубокое осознание принципа партийности пропаганды означает четкую, открытую оценку любых фактов, событий, социальных процессов с марксистско-ленинских позиций; непримиримость к буржуазной идеологии, любым извращениям марксизма, ко всему, что противостоит революционному характеру коммунистического движения; последовательную и активную борьбу за утверждение идеалов рабочего класса, всех трудящихся.

«Можно «тормозить» насчет «акции» в тот или иной момент, но *непримиримым* надо быть в революционной пропаганде»³⁷, — учил В. И. Ленин, требуя неустанно бороться

³⁷ Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 44, с. 456.

против всякой буржуазной идеологии, в какие бы модные и блестящие мундиры она ни рядилась.

Главный и определяющий фактор международной жизни наших дней—тенденция к нормализации, разрядке—не означает «затухания» или «сглаживания» идеологических противоречий. Наоборот, как подчеркнуто в Отчетном докладе ЦК КПСС XXV съезду партии, проблемы идеологической борьбы в новых условиях все более выдвигаются на первый план. Убедившись в невозможности подавить социализм военным путем, с помощью экономических и политических средств, империализм основное внимание сосредоточивает на идеологическом поле боя. К этому буржуазную пропаганду побуждает и усиливающийся экономический и политический кризис капитализма. В результате идеологическая борьба, антикоммунизм и антисоветизм подняты империализмом на уровень государственной политики.

Наметившиеся в условиях разрядки расширение контактов, обмен духовными ценностями, информацией, развитие связей между общественностью различных стран создают для средств массовой информации и пропаганды социалистических стран новые возможности для распространения марксистско-ленинского учения о мире, правды о советском образе жизни. Однако в этих же условиях неизмеримо возрастают задачи научного разоблачения буржуазной и ревизионистской идеологии.

В пропагандистском творчестве на этом направлении первостепенное, основополагающее значение имеет такая методологическая черта принципа партийности, как революционно-критический дух. Он требует не только классовой выдержанности идейного воздействия, но и предполагает непримиримость, наступательность в борьбе с враждебной марксизму-ленинизму идеологией, с любыми извращениями, ревизией марксистско-ленинского учения.

На это четко ориентируют решения XXV съезда КПСС. Подчеркнув, что разрядка ни в коей мере не отменяет и не может отменить или изменить законы классовой борьбы, Л. И. Брежнев сказал с трибуны этого съезда: «В борьбе двух мировоззрений не может быть места нейтрализму и компромиссам. Здесь нужна высокая политическая бдительность, активная, оперативная и убедительная пропагандистская работа, своевременный отпор враждебным идеологическим диверсиям»³⁸. Задача заключается в том, чтобы еще последовательнее соблюдать принцип партийности в идеологической деятельности, еще беспощаднее разоблачать политику и идеологию империализма, давать отпор, правооппортунистиче-

³⁸ Материалы XXV съезда КПСС, с. 74.

ским и левацким взглядам зарубежных идейных противников.

Успех в решении этой задачи зависит от творческого развития применительно к современным условиям ленинского метода критики антимарксизма.

Этот метод требует последовательно и всестороннего разоблачения с позиций принципа партийности любых антинаучных, враждебных марксизму-ленинизму концепций в их основополагающих чертах, в целом, а не по отдельным вопросам, по отдельным примерам и цитатам, которые не выражают сущность критикуемого объекта и не дают возможности увидеть присущие ему противоречия и подлинные, но тщательно замаскированные цели. В процессе ознакомления с критическим анализом тех или иных буржуазных или ревизионистских идей читатель должен убедиться в их несостоятельности. Это требует вскрытия их гносеологических корней, анализа логико-методологических основ, показа противоречий этих идей с фактами науки и практики.

Мы особо подчеркиваем этот момент потому, что именно такого качества недостает пока теоретико-пропагандистским текстам на страницах некоторых советских газет. Нередки случаи, когда критика враждебных нам идеологических концепций ведется схематично и академично, путем лишь констатации несовместимости выводов идеологического противника с определенными положениями марксистско-ленинской науки. При этом не делается даже попытки разоблачения этих взглядов на основе конкретных данных социальной практики, последних достижений научной мысли.

Научной обоснованности и убедительности критики чуждой научному коммунизму концепции в значительной мере способствует обнаружение в ней внутренних противоречий, логической непоследовательности, противоречивости суждений, эклектичности, несостоятельности ее основных положений.

Такой подход особенно важен в том случае, когда критика обращена к зарубежному читателю, находящемуся под постоянным влиянием аргументов буржуазной пропаганды, а также к той части советских читателей, которая не имеет основательной теоретической и политической подготовки. Пропагандистские и контрпропагандистские тексты в газете, посвященные критике буржуазной идеологии, правооппортунистических, ревизионистских и «левацких» взглядов, не могут ограничиваться только просветительскими целями. Их основной задачей является разоблачение антинаучной, классовой сущности взглядов идеологического противника и убедительное доказательство истинности идей научного коммунизма.

Этой цели пропагандист успешнее достигнет, если сумеет убедительно показать, что ожесточенная борьба двух иде-

ологий—коммунистической и буржуазной—это отражение в духовной жизни человечества исторического процесса перехода от капитализма к социализму. Такой подход требует использования в пропагандистской практике объективных показателей, характеризующих историческую обреченность капиталистической системы и неуклонное поступательное развитие стран социалистического лагеря.

Обобщая ленинский опыт научной критики гносеологических корней буржуазно-реформистских, ревизионистских теорий и воззрений, Б. А. Чагин рассматривает следующие приемы из методологического арсенала ревизионистов: 1) абстрактно-формальный подход к анализу социальных явлений и процессов, затушевывание конкретного; 2) подмена частностями главного, основного; 3) затушевывание противоречий и абсолютизация единства; 4) «философия стихийности»; 5) подмена диалектики эклектикой и софистикой³⁹.

Все эти приемы являются излюбленным методологическим оружием и современного ревизионизма, идеологов империализма. Таким путем смешиваются классовые противоречия, маскируется отход от классового анализа, смазываются цели и сущность классовой борьбы. Вот почему так важно в пропагандистском творчестве разоблачать как методологические основы, так и конкретные приемы буржуазной пропаганды, ее подлинную сущность, политически и экономически обусловленный классовый механизм. При этом особо пристального внимания заслуживают замаскированные варианты буржуазной партийности и прежде всего так называемая «беспартийность», «надклассовость» эксплуататорской идеологии и соответствующая этому практика буржуазных средств массовой информации.

Буржуазный объективизм всегда был и остается методологическим принципом буржуазной партийности, маскирующим классовую сущность буржуазной идеологии и ее пропаганды. Под словесным покровом беспартийности, «деидеологизации» идеологии, «свободы слова», «свободного потока информации» ставятся цели отвлечения трудящихся масс от политики революционных партий, от участия в политических акциях. О своих истинных классовых целях руководители и идеологи буржуазии стремятся умалчивать уже потому, что эти цели глубоко чужды интересам трудящихся масс.

Лозунги «беспартийности печати», «беспартийности пропаганды» — это лозунги сокрытия буржуазной партийности.

Наступательность печатной пропаганды с позиций принципа партийности предполагает всестороннее аргументированное обличение империализма.

³⁹ См.: Чагин Б. А. Марксистско-ленинский принцип партийности в философии. Л., 1974, с. 26—42.

В. И. Ленин еще в работе «Что делать?», обосновывая пути повышения революционной активности масс, в качестве одного из основных условий этого требовал организации *«всесторонних политических обличений»*. Иначе как на этих обличениях *не может* воспитаться политическое сознание и революционная активность масс⁴⁰. Он указывал, что «борющийся пролетариат учится тому, что такое капитализм, не из дефиниций (как учатся по учебникам), а из практического ознакомления с *противоречиями* капитализма, с *развитием* общества и его последствиями»⁴¹.

Эти выводы В. И. Ленина содержат в себе глубокую сегодняшнюю методологическую значимость. Они ориентируют всю нашу идеологическую деятельность, в том числе, конечно, печатную пропаганду, на разоблачение антагонистической сущности, глубокое изучение и отражение особенностей противоречий современного капитализма. Осмысление новых фактов, характеризующих эти противоречия, тенденции углубления экономического кризиса, показ того, как это отражается в сфере идеологии — постоянно актуальные способы наращивания влияния коммунистических идей во всем мире.

Ленинский метод критики требует навязывания боя идеологическому противнику на выгодных для социализма рубежах. Например, буржуазные пропагандисты не стремятся с нами спорить о формах собственности, о проблемах образования, социального обеспечения, здравоохранения, по многим другим проблемам общественного развития, где преимущества социализма очевидны. А некоторые наши газеты далеко не всегда навязывают этот спор, либо плохо опираются при этом на коренные преимущества советского образа жизни.

О том, какие резервы повышения эффективности идеологической пропаганды в газете при этом не используются, убедительно говорят противоположные примеры. К 60-летию газеты «Правда» на ее страницах была опубликована серия пропагандистских статей и очерков известных журналистов А. А. Суконцева и И. М. Шатуновского под общей рубрикой «По старым адресам «Правды»». Используя материалы этой газеты разных лет, они ярко, убедительно рассказали о больших переменах, которые произошли в нашей стране за годы Советской власти. Перед читателями разворачивается широкая документальная картина.

Но это не иллюстрация к определенным теоретическим тезисам. Это — сама марксистско-ленинская теория в действии, ее воплощение в ходе осознанной практической деятельности людей. Именно так осмысливаются А. Суконцевым и

⁴⁰ Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 6, с. 69,

⁴¹ Там же, с. 216.

И. Шатуновским результаты этой деятельности на наиболее важных этапах в истории нашей Родины²⁴.

Поучительна и серия статей, опубликованных в «Комсомольской правде» под рубрикой «Авторское право социализма»⁴³. На конкретных примерах — создания впервые в мире синтетического каучука, искусственных алмазов, лучшего в период Великой Отечественной войны танка «Т-34», первого перелета через Северный полюс, первого запуска искусственного спутника Земли и т. д. — газета помогла читателям ощутить, что наша Родина сама по себе — гигантский социальный эксперимент, осуществленный научно, создающий все возможности для раскрытия способностей, таланта человека. Высокая эффективность таких материалов в воспитании патриотических чувств у советского человека несомненна.

Дезинформации, направленной на дискриминацию социализма и проводимой им миролюбивой политики, должна быть противопоставлена еще более целенаправленная и развернутая пропаганда величайших достижений социализма, социалистического образа жизни. Такая методика позволяет противопоставить домыслам империалистической идеологии и пропаганды неопровержимые факты, упрямую логику цифр; полемически убедительно развенчивать буржуазные и ревизионистские учения; раскрывать масштабы и глубину происходящих социальных преобразований во всех сферах нашего общества, их великий гуманистический смысл.

При этом чрезвычайно важно оперативно, объективно и убедительно освещать и возникающие в ходе коммунистического строительства противоречия, трудности, на которых спекулирует буржуазная пропаганда.

При обличении империализма важно умело пользоваться приемом сравнения, сопоставления конкретных реалий социальной действительности, характеризующих сущность двух противоположных миров, двух идеологий. Возьмем практику освещения на страницах газет конкретных проявлений морали буржуазной и морали социалистической. Мы неумело пока их противопоставляем. А ведь раскрытие ценностных ориентаций социалистического типа личности в сопоставлении с основной ценностной ориентацией поведения, порождаемой капиталистическим обществом, имеет огромное воспитательное значение.

Как отметил Ф. Энгельс, страсть к личному обогащению является «движущей силой» всей буржуазной цивилизации⁴⁴.

⁴² Материалы этой серии вышли отдельным изданием. См.: Суконов А., Шатуновский И. По старым адресам. Страницы «Правды» рассказывают. М., 1973.

⁴³ Часть этих очерков опубликована в сборнике «Авторское право социализма». М., 1967.

⁴⁴ См.: Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 21, с. 176.

Сегодняшний капитализм полностью подтверждает эту истину марксизма: все содержание нравственного сознания современного эксплуататорского общества характеризуется ориентацией на достижение богатства. В полном соответствии с этой основной ценностной ориентацией жизнедеятельности индивида в капиталистическом обществе функционируют и моральные установления: требования честности, долга и т. д.

Глубоко содержательный и публицистически яркий анализ разнокачественных моральных систем — буржуазной и социалистической — дает возможность наглядно, более убедительно показать достижения социализма в формировании морального сознания, которое продолжает динамически развиваться в соответствии с идеалами коммунистической нравственности. Речь идет, в конечном счете, об умелом, пропагандистски эффективном показе исторических преимуществ социализма при одновременном вскрытии присущих капитализму пороков.

Мы считаем, что в этих целях шире должна использоваться и «самокритика» в буржуазных изданиях. Конечно, общие, коренные интересы своего класса буржуазные средства информации защищают самым откровенным образом. Но, как подчеркивает профессор Я. Н. Засурский, «когда внутри класса буржуазии возникают противоречия, разногласия, эти внутриклассовые противоречия ведут к известному рода частным конфликтам и внутри буржуазной прессы»⁴⁵. И очень важно умело использовать в нашей наступательной идеологической борьбе те факты из буржуазных газет, радио и телепередач, которые убедительно демонстрируют несоответствие буржуазных идеологических, пропагандистских концепций логике развития социальной практики.

Задачи всестороннего политического обличения империализма органически включают в себя и разоблачение деятельности его наиболее активных и умелых охранителей. Требуя *«войны с конкретными носителями зла»*⁴⁶, В. И. Ленин постоянно ориентировал и пропагандистскую практику пролетарских газет на глубокое критическое осмысление деятельности конкретных враждебных идеологических организаций и центров, конкретных личностей.

Наряду с усилением острой полемики, разоблачения антикоммунистических, ревизионистских концепций и доктрин главным методом коммунистической пропаганды всегда были и должны быть позитивные формы борьбы с антимарксизмом, то есть научная разработка и разъяснение коренных теоретических положений и принципов марксизма-ленинизма, по-

⁴⁵ Засурский Я. Н. Средства массовой информации и идеологическая борьба на международной арене в современных условиях. В кн.: Журналистика в политической структуре общества. М., 1975, с. 327.

⁴⁶ Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 37, с. 91.

каз ведущей роли Коммунистической партии, рабочего класса в строительстве коммунизма, их верности пролетарскому интернационализму, демонстрация всему миру коренных преимуществ социалистического образа жизни.

Убедительно показывая обреченность мира капитализма и широко показывая одновременно исторические завоевания социалистических стран, те реальные преимущества, которые дает социализм трудящимся, — печатная партийная пропаганда успешно прививает читателям иммунитет против «вируса» буржуазной идеологии и морали, предупреждает возможные диверсионные идеологические акты и кампании. Такая «профилактика» вынуждает противника к обороне.

Ленинский метод критики не ограничивается, конечно, теоретическим преодолением враждебной марксизму идеологии и морали. В ленинском понимании и применении этот метод органически включает в себя и такую позитивную задачу, как выявление в буржуазной науке, культуре фактов, открытий, научных положений, на которых спекулируют ученые лакеи буржуазии; критическую переработку всего ценного, что содержалось и содержится в достижениях зарубежной науки и культуры. Иными словами, при оценке этих достижений важно выделять, критически перерабатывать и усваивать все ценное, что накоплено капитализмом на разных стадиях его развития; отсекают, разоблачать все реакционное, враждебное социализму и его гуманистической культуре. Ведь задача марксистов В. И. Ленин видел в том, чтобы суметь переработать те завоевания, которые делаются «приказчиками буржуазии» и *«уметь отсечь их реакционную тенденцию, уметь вести свою линию и бороться со всей линией враждебных нам сил и классов»*⁴⁷.

Из этого ленинского указания, актуального и сегодня, для печатной партийной пропаганды вытекает двуединая задача: во-первых, еще обстоятельнее анализировать и научно аргументировать критику любых влиятельных теорий и концепций, на которые буржуазная пропаганда делает ставку в борьбе с правдой коммунистических идей; во-вторых, оперативно разъяснять новые выводы общественных наук, своевременно теоретически осмысливать проблемы, выдвигаемые практикой, разворачивающейся научно-технической революцией.

Актуальность решения этой двуединой идеологической задачи в наши дни обусловлена тем, что враги марксизма-ленинизма все более спекулируют на ускорении социальных процессов в условиях научно-технической революции, на авторитете науки, который растет пропорционально проявлению ее роли как могучей производительной силы, на своекорыст-

⁴⁷ Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 18, с. 364.

ном истолковании именно тех новых жизненных явлений, проблем, которые не получают объяснения с позиций марксистско-ленинской науки.

Вот почему так актуально сегодня и такое требование ленинского метода критики, как — выявлять связи анализируемой философской или иной концепции с достигнутым уровнем естественного, развития науки и техники.

Ленинский метод критики требует от каждого журналиста давать своевременный отпор вольным или невольным проводникам буржуазной идеологии, принципиально оценивать проявления аполитичности, скептицизма, преклонения перед чуждыми нашему обществу нравами и обычаями.

Ориентируя советскую прессу на борьбу с традициями старого общества и влиянием буржуазной пропаганды, В. И. Ленин в своих статьях и письмах последнего периода помогал разглядеть «врага» в новых условиях — в условиях перехода к построению социализма. Таким «врагом» он считал бюрократизм, приспособленчество, карьеризм, протекционизм, стяжательство, равнодушие, корыстолюбие, кичливость и другие лики мелкобуржуазного, частнособственнического, мещанского сознания, враждебного социализму.

Наступательная борьба против этих и других пережитков актуальна и сегодня. К сожалению, некоторые газеты, в особенности местные, упускают из виду именно те группы пережитков буржуазной идеологии и морали, на которых в первую очередь стремится паразитировать империалистическая пропаганда. Часто ли, к примеру, найдешь в газете умный разговор об обывательщине и таких ее спутниках, как беспринципность, пассивность, угодничество, притупленность классового сознания. Многие газеты вообще об этом пишут редко. Еще реже — удачно. А ведь именно эти пережитки прошлого в сознании части советских людей буржуазная пропаганда стремится культивировать и использовать в первую очередь. Целеустремленно бороться против них — значит ограничивать плацдарм антикоммунизма.

Ленинский метод критики определяет четкие задачи анализа теории, содержания и методов деятельности идейных противников коммунизма. Сегодня в свете решений XXV съезда КПСС особенно актуальны следующие задачи политической периодики стран социалистического лагеря в наступательной борьбе против влияния буржуазной идеологии, правого и «левого» ревизионизма:

— своевременно расшифровывать стратегические направления, улавливать все изменения в тактике буржуазной и ревизионистской пропаганды и оперативно вырабатывать контрмеры;

— научно, убедительно и своевременно разоблачать новейшие идеологические концепции, доктрины, приемы и методы, на которые сегодня империалистическая пропаганда делает главную ставку в борьбе с правдой идей социализма и коммунизма;

— пристально изучать и учитывать в нашей контрпропаганде способы организации, координирования работы идейных противников коммунизма, способы осуществления ими как долгосрочных, так и конкретных антисоциалистических и антидемократических идеологических акций;

— систематически разоблачать деятельность конкретных учреждений, специализирующихся на разработке «научных» доктрин, теории и методов буржуазной пропаганды, а также наиболее активных антикоммунистов;

— придать более плановый, системный характер контрпропаганде на страницах всех звеньев советских газет, вести ее с выгодных для социализма рубежей;

— шире использовать в нашей внешнеполитической пропаганде и контропропаганде социальные последствия углубляющегося общего кризиса империализма, снижая таким образом действенность буржуазной пропаганды и упрочивая позиции коммунистической пропаганды в идеологическом наступлении;

— усилить пропаганду советского образа жизни, опираясь на его научные критерии и убедительные аргументы, которые дает сама социальная практика развитого социализма;

— еще более целеустремленно и убедительно разъяснять миролюбивую международную политику КПСС, сущность принципа пролетарского интернационализма как одного из главных принципов марксистско-ленинского мировоззрения.

Таковы важнейшие моменты, из которых складывается модель изучения вражеской пропаганды и активных наступательных действий против нее с позиций принципа партийности печатной пропаганды, ленинского метода критики антимарксизма.

Только осмыслив и оценив факты и явления жизни с научных мировоззренческих и политических позиций, в свете определяющих методологических черт ленинского принципа партийности, пропагандист сможет помочь и читателям осознать, какую объективно-истинную ценность представляют эти социальные факты и явления для революционной, созидательной практики. Только таким путем он сможет понять сам и показать читательской аудитории подлинно прогрессивное, утверждающееся в жизни и отмирающее; исторически обреченное на гибель.

Однако эффективность пропагандистского воздействия не может быть оптимальной без осознания и умелого использования журналистами социально-психологических факторов. Рассмотрим важнейшие из них.

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ПЕЧАТНОЙ ПРОПАГАНДЫ

Во второй половине 60-х — начале 70-х годов в нашей стране заметно оживились исследования коммунистической пропаганды с позиций социально-психологической науки. Почти одновременно и теоретики журналистики обратились к специальному рассмотрению социально-психологических проблем журналистского творчества, увидев в их познании неисчерпаемые резервы повышения эффективности радио, телеинформации и печатного слова⁴⁸.

Целесообразность и актуальность научного поиска в этих направлениях бесспорна. Но еще больше предстоит сделать, если учесть, что разработка цельной социально-психологической теории пропагандистского творчества в массовой печати должна включать в себя:

- исследование социально-психологических групп общения;
- изучение психологических законов восприятия пропаганды;
- изучение психологических и социально-психологических особенностей творчества пропагандиста, журналиста;
- освоение научных основ психологического анализа;
- поиск и разработку научных критериев определения эффективности агитационно-пропагандистских кампаний и достигаемых идеологическим воздействием результатов.

Каждый из этих компонентов социально-психологической теории пропаганды представляет собой в достаточной мере особый теоретический вопрос. Предметом нашего интереса является изучение социально-психологических групп общения как фактора повышения эффективности печатной партийной пропаганды.

⁴⁸ См.: Кондратенко Г. М. Вопросы теории печати в свете социальной психологии. В сб.: Вопросы теории и практики массовых форм пропаганды. Вып. I. М., 1968; Его же. Об особенностях стереотипизации. «Вестн. Моск. ун-та. Сер. 11. Журналистика», 1968, № 1; Горохов В. М. Мода или закономерность? (Социально-психологические проблемы теории печати). «Вестн. Моск. ун-та. Сер. 11. Журналистика», 1969, № 5; Менделеев А. Г. Социально-психологические проблемы печатной агитации: В сб.: Вопросы теории и практики массовых средств пропаганды. Вып. 3. М., 1970; Талов В. П. О читательской психологии и теоретических основах ее изучения. Л., 1973; Проблемы научной организации журналистского труда. М., 1974 и др.

Чтобы рассчитывать на успех в коммунистическом воспитании людей, повышении их социальной активности субъект пропаганды должен знать основные отличительные черты, качественные характеристики той аудитории, к которой адресуется. Это означает, что в общении с читателями он призван непременно основываться на знании их материальных и духовных потребностей, познавательных способностей, политических интересов, убеждений, идеалов; учитывать сложившийся комплекс социальных условий, в которых сегодня живет объект пропагандистского воздействия, в том числе — настроения, атмосферу, характеризующую данную среду и т. д.

Исследователями уже замечено, что эффективность воздействия любого журналистского произведения на читателя достигает оптимального значения в том случае, когда оно одновременно обладает, как минимум, тремя качествами:

Во-первых, доступностью. Во-вторых, новизной сообщаемых фактов, сведений констатирующего или интерпретирующего характера. В-третьих, соответствием текста нуждам (интересам, потребностям) аудитории, субъективному представлению важности, полезности, привлекательности сообщения и одновременно его реальной необходимости для аудитории в связи с ее местом и ролью в социальной системе⁴⁹.

Все эти моменты представляют собой не что иное, как важнейшие социально-психологические характеристики журналистского творчества, от которых во многом зависит степень эффективности взаимодействия субъекта и объекта воспитания.

Общественная (социальная) психология — составная часть обыденного, повседневного сознания. Ее элементами являются такие духовные образования, как обычаи, нравы, интересы, социальные чувства, привычки, идеалы, убеждения, общественные настроения и мнения, авторитеты, мода, а также иллюзии, предрассудки и традиции, формирующиеся под влиянием повседневных условий социальной жизни людей на основе их жизненного опыта и личных наблюдений.

Диалектическое единство всех этих элементов, их взаимодействие, взаимовлияние и определяют характеристику психологии той или иной общественной группы, мотивы ее социального поведения.

Стержнем общественной психологии устойчивых социальных групп, исторических общностей (класса, нации, профессии и других) является психический склад или социальный характер, который представляет собой совокупность устойчивых психологических свойств, отличающих од-

⁴⁹ См.: Прохоров Е. П. Журналистика, информация, управление. «Филологические этюды. Сер. Журналистика». Вып. 2. Ростов-на-Дону, 1974, с. 8.

ни социальные группы от других. Исторический материализм исходит из того, что определяющее влияние среди явлений общественной психологии принадлежит психологии класса. Она существенно сказывается на сознании всех социальных групп и объединений, зависимых от данного класса.

Ленинская теория пропаганды учитывает, что, правильно отражая общественное бытие на эмпирическом уровне, общественная психология способна закреплять теоретические идеи и даже преобразовать их в норму поведения, устойчивую привычку, черту характера и т. п. И, наоборот, те сохранившиеся элементы общественной психологии, которые противоречат утвердившимся общественным отношениям, способны тормозить процесс утверждения в сознании людей прогрессивной идеологии и морали. В условиях социалистического общества в этом качестве выступают различные привычки, мотивы поведения, выражающие обычаи прошлого, различного рода неосознанные, стихийные моменты.

В. И. Ленин постоянно подчеркивал необходимость сознательного идеологического влияния на социальную психологию, воспитания таким путем революционных традиций, лучших нравственных качеств рабочего класса, социалистической сознательности у широких масс трудящихся. ;

Современная теория коммунистической пропаганды к основным социально-психологическим задачам пропаганды как процесса относит следующие:

- «Формирование коммунистических убеждений;
- укрепление позитивных социальных чувств и настроений групп, классов, общества в целом;
- развитие познавательных интересов и установок к знаниям и явлениям социальной жизни;
- воздействие на ценностные ориентации и жизненные планы, реализуемые в различных видах социальной деятельности;
- формирование социалистического общественного мнения, правильных оценок по актуальным проблемам общественной жизни;
- в конечном счете психологическое объединение людей на основе единых по содержанию и направленности чувств, интересов и установок для достижения социальных целей»⁵⁰.

В умелом использовании психологических факторов В. И. Ленин видел реальный путь повышения эффективности пропаганды и агитации среди самых широких трудящихся масс. Он учил: «Никогда миллионы людей не будут слушать советов партий, если эти советы не совпадают с тем, чему их учит опыт собственной жизни»⁵¹.

⁵⁰ Коммунистическая пропаганда: вопросы теории и методики. М., 1974, с. 83.

⁵¹ Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 32, с. 178.

В практике идеологической пропаганды это означает чуждое отношение к коренным интересам трудящихся масс, учет условий их жизни и труда, быта и ежедневного практического опыта.

И теорией, и практикой идеологической работы убедительно подтверждено, что соответствие содержания теоретико-пропагандистских текстов житейскому опыту объекта идеологического воздействия является одним из важнейших условий формирования прочных убеждений и жизненных установок, направляющих деятельность и поведение личности.

Путь к формированию прочных марксистско-ленинских убеждений и жизненных установок лежит и через преодоление возможных несоответствий между достигнутым уровнем научных знаний, требований жизни и «жизненным опытом». Одна из объективных причин этого связана с тем, что психология человека переделывается куда медленнее, чем материальные основы его жизни.

Теория коммунистической пропаганды последовательно исходит из того, что любой человек сочетает в себе богатство общего (коллективного) и единичного (индивидуального). Это означает, что конкретный человек как объект пропагандистского воздействия «представляет собой сложную совокупность (систему) качеств, воплощающих черты общественной среды, а также конкретной среды, которая его окружает (его «микросреды»), специфичность его исторического опыта, наследственных задатков, причем этот человек характеризуется определенной степенью активности, избирательности по отношению к общей и конкретной среде, к требованиям и принципам социалистической идеологии»⁵².

Пропагандировать с учетом этого, значит:

— анализировать объективные изменения в положении трудящихся масс, воздействие социальной среды на психологию, субъективное состояние определенных групп общения;

— изучать изменения в социальной структуре общества, научно отражая связанные с этим коренные интересы, потребности, мотивы социального поведения, все социально-психологические особенности общностей и групп (классов, национальностей, общественно-политических, профессионально-производственных, возрастных, бытовых коллективов и объединений).

— анализировать и отображать характерные особенности сознания, психологии конкретных социальных типов (уровень знаний, интересов, структуру взглядов, мироотношение и т. д.), проявляющиеся в их социальном поведении.

Рассмотрим пристальнее эти моменты социально-психологической теории пропаганды.

⁵² Афанасьев В. Г. Социальная информация и управление обществом. М., 1975, с. 398.

Субъективный мир любой личности — та призма, через которую отражается внешний мир. Вот почему, чтобы целенаправленно влиять на образ мыслей и поступки людей, необходимо знать первоосновы их образа мыслей и действий, оптимально учитывать достигнутый уровень социалистического сознания, духовного развития членов социалистического общества и таким путем определять методы дальнейшего развития этого сознания.

Для развитого социалистического общества, постепенно перерастающего в коммунистическое, характерны всестороннее и гармоничное развитие экономических, социально-политических и культурных условий жизни, мощная материально-техническая база. Это — общество бескризисной, постоянно растущей экономики, зрелых социалистических отношений, подлинной свободы. Это — общество, где господствует научное материалистическое мировоззрение. Это — общество твердой уверенности в будущем, светлых коммунистических перспектив. Ему присущи широкое развитие народного образования и высокий культурный уровень. По итогам Всесоюзной переписи населения 1970 г. 72% трудящихся, занятых в отраслях народного хозяйства, имеют среднее и высшее (полное и неполное) образование.⁵³

Значительны успехи в политическом просвещении трудящихся. Как отмечено в Отчетном докладе ЦК КПСС XXV съезду партии только в системе партийного образования сейчас обучается около 20 миллионов человек, в том числе более семи миллионов беспартийных. Основами политических знаний овладевает наша учащаяся молодежь — школьники и студенты. Массовое изучение марксизма-ленинизма — важнейшая особенность развития общественного сознания на современном этапе.

Носителем развитого социалистического общества является новая историческая общность — советский народ, в основе которой лежит нерушимый союз рабочего класса, крестьянства и интеллигенции при ведущей роли рабочего класса, дружба всех наций и народностей страны. Это — общность идеологии, общность исторических судеб. Это — общность социально-экономической жизни, коренных интересов и целей. Это — развивающаяся общность советской социалистической культуры, которая вбирает в себя все истинные ценности каждой из национальных культур.

Так реально на основе утверждения социалистического образа жизни в Советском Союзе формируется новый, социалистический тип личности. Характеризуя его основные черты в связи с историческими завоеваниями на пройденном

⁵³ См.: Итоги Всесоюзной переписи населения 1970 г., т. 3. М., 1972, с. 559.

пути, Л. И. Брежнев сказал с трибуны XXV съезда КПСС: «И, наконец, важнейший итог прошедшего шестидесятилетия — это советский человек. Человек, который сумел, завоевав свободу, отстоять ее в самых тяжких боях. Человек, который строил будущее, не жалея сил и идя на любые жертвы. Человек, который, пройдя все испытания, сам неузнаваемо изменился, соединил в себе идейную убежденность и огромную жизненную энергию, культуру, знания и умение их применять. Это — человек, который, будучи горячим патриотом, был и всегда будет последовательным интернационалистом»⁵⁴.

Ускоренное формирование в период развитого социалистического общества и научно-технической революции новых мировоззренческих, социально-психологических и моральных качеств, рост информированности народа — это одновременно и формирование новых требований к массовым средствам информации и пропаганды, в частности, к содержательности, интеллектуальности, эмоциональности, оперативности теоретико-пропагандистских текстов, к пропагандистскому мастерству.

Чтобы усилить «работоспособность» этих текстов, каждая редакция должна иметь исходные данные, характеризующие воспринимающую аудиторию на каждом данном этапе взаимодействия с ней.

Речь идет и об изучении деталей, обстоятельств и механизмов восприятия социальной информации, реакций на нее определенной читательской аудитории. Без знания этих моментов, характеризующих действенность печатной пропаганды, редакция газеты, по образному выражению В. И. Ленина, — «останется висящей в воздухе, не будет знать, воспринимается ли ее проповедь, откликаются ли на нее, как видоизменяет ее жизнь, какие нужны поправки, дополнения»⁵⁵. Только найдя своего читателя, будучи воспринятым, сообщение становится реальной информацией.

Мы акцентируем внимание на этой научно-практической проблеме еще и потому, что в литературе по теории журналистики печатная партийная пропаганда порой рассматривается как тип творчества, который каждым своим текстом призван удовлетворять всех читателей определенной газеты. Данный тезис требует уточнения.

Мы считаем, что наряду с теоретико-пропагандистскими материалами, которые рассчитаны на массовую аудиторию, в газете могут и должны публиковаться тексты, адресованные определенным группам общения, максимально созвучные их интересам, потребностям. Это требование в конечном

⁵⁴ Материалы XXV съезда КПСС, с. 87.

⁵⁵ Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 47, с. 74.

счете обусловлено объективными факторами: различием общеобразовательного, культурного уровня даже в одних и тех же социальных группах советского народа и другими проявлениями неоднородности нашей социальной среды.

Вот почему статья, скажем, на атеистические темы, адресованная верующим людям, должна отличаться и по содержанию, и по форме от пропагандистской статьи в помощь изучающим марксистско-ленинскую философию в системе партийного просвещения. Многие статьи в «Правде», публикуемые под рубрикой «Вопросы теории», заведомо не рассчитаны на массового читателя, но они имеют свою аудиторию как в нашей стране, так и за рубежом. Свой, более широкий круг читателей, имеют и пропагандистские материалы, публикуемые под рубриками «Беседы с читателями», «Политические беседы», «Беседы о пятилетнем плане».

Редактор газеты «Известия» по отделу науки Б. Колтовой имел все основания сказать: «Нам надо постоянно учитывать, что подписчики у каждой газеты очень разные. И профессиональным просчетом было бы рассчитывать публикации на какого-то усредненного читателя. Правдисты сознательно печатают ряд статей, заведомо трудных для массовой аудитории. Предполагается делать это и впредь, потому что известно: очень многие люди ценят именно такие серьезные научные публикации. Терять контакт с этой квалифицированной аудиторией нельзя. Тем более нельзя оставлять без внимания запросы тех подписчиков, которые ждут чтения более популярного и легкого. Нужна дифференциация материалов на различную аудиторию»⁵⁶.

В решении этого одного из сложных моментов работы идеологических отделов газет методологическим ориентиром должно служить ленинское напоминание о том, что искусство пропагандиста «в том и состоит, чтобы наилучшим образом повлиять на данную аудиторию, делая для нее известную истину возможно более убедительной, возможно легче усвояемой, возможно нагляднее и тверже запечатлеваемой»⁵⁷. Заметим особо: В. И. Ленин говорит о «данной аудитории».

Взаимосвязанная, возросшая сложность потребностей, интересов личности, с одной стороны, и ускоренно развивающейся в век научно-технической революции социальной действительности, с другой — требуют прежде всего углубления содержания пропаганды, повышения ее смысловой концентрированности в каждом тексте.

Закономерность этого требования вытекает из сущности идеологического процесса, а также соответствует научно выявленным интересам, установке читателей к самим средст-

⁵⁶ Колтовой Б. Как писать о науке. «Информационный вестник Союза журналистов СССР», 1974, № 3, с. 10.

⁵⁷ Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 21, с. 21.

вам массовой информации и пропаганды. Социологические исследования показали, что советские люди ценят печать, телевидение, радио прежде всего за то, что они дают новые знания, расширяют кругозор.

Важно при этом также иметь в виду, что эффективность идеологического воздействия повышается при наличии определяющего единства в ценностных ориентациях пропагандиста и аудитории, к которой он адресуется. Уже доказано, что пропагандистский материал будет воспринят с максимальным интересом и вниманием, если его содержание для аудитории также значительно, как и для пропагандиста. Главное при этом состоит в том, чтобы пропагандистское творчество было постоянно ориентировано на анализ проблем, волнующих людей сегодня, отражало рост социального самосознания в условиях культурно-технической революции, сегодняшние коренные интересы и потребности читателей, а не проявлялось очевидностями.

Каждая статья В. И. Ленина, адресованная массам, непременно отражала назревшие, актуальнейшие проблемы общественного развития, отвечала коренным интересам, надеждам трудящихся масс, ярко и доказательно убеждала их в необходимости определенных действий на пути к намеченной реальной цели.

Ленинские традиции печатной пропаганды творчески развивают сегодня лучшие советские газеты. Редакция «Правды», например, уже на этапе планирования пропагандистских статей и кампаний стремится оптимально учесть социально-психологические особенности своей читательской аудитории, все, что способствует вооружению ее знанием законов общественного развития, глубоким пониманием целей политики Коммунистической партии. С этой точки зрения весьма поучителен опыт пропаганды «Правдой» решений XXV съезда КПСС. Газета публикует теоретико-пропагандистские статьи отчетливо видимыми циклами.

Один из них освещает деятельность Коммунистической партии Советского Союза. Читателю адресуются статьи, раскрывающие главные аспекты работы партии по руководству обществом, теоретической, организаторской деятельностью.

Второй цикл статей посвящен проблемам создания материально-технической базы коммунизма. Разъясняются особенности современного этапа экономического развития нашей страны, главная задача десятой пятилетки, высшая цель Коммунистической партии и другие актуальные вопросы.

Особые циклы статей посвящены социально-политическим проблемам, дальнейшему совершенствованию социалистической государственности, разъяснению новой Конституции, актуальным вопросам духовной жизни советского общества.

Газета глубоко характеризует особенности развития мировой социалистической системы, современного революционного процесса, борьбы за мир на основе программы мира, изложенной в Отчетном докладе Центрального Комитета партии XXV съезду КПСС.

Пристальное внимание «Правда» уделяет критике наших идеологических противников, разоблачению антикоммунизма, антисоветизма, буржуазной идеологии и ревизионизма.

Для пропагандиста, любого журналиста чрезвычайно важно развивать в себе умение определять и учитывать степень сознательности и силу влияния тех или иных предрассудков, пережитков буржуазной идеологии и морали, сохранившихся в сознании некоторой части людей и проявляющихся, в частности, в их недостаточно развитом вкусе к пропагандистским и иным публикациям в газете. Принимать к сведению, учитывать уровень подобных вкусов и интересов, конечно, необходимо, но только с позиций интересов социалистического и коммунистического созидания.

Это в особой мере касается тех ситуаций, когда интересы определенных групп общения не совпадают, противоречат общественным. Оценивая, так сказать, «регулятивную» роль таких моментов, В. И. Ленин заметил: «...масса тоже поддается иногда... настроениям нисколько не передовым»⁵⁸.

И сегодня не столь уж редки ситуации, когда интересы отдельных групп не полно совпадают с интересами социалистического общества в целом. Известно, например, что в среде сельской молодежи имеются побуждения и мотивы оставить родное село и отправиться на учение, работу в город, чтобы навсегда приобщиться к его большим возможностям. Интересы же развития сельскохозяйственного производства, быстрого преодоления существенных различий между умственным и физическим трудом требуют закрепления значительной части молодежи на селе. Естественно, что и партийная печатная пропаганда и агитация призваны всемерно способствовать осуществлению этих интересов.

В этой связи необходимо отметить, что методика отражения данной проблемы на страницах многих газет требует корректив. И это потому, что осмысление (в том числе и на уровне социологических исследований) причин ухода значительной части молодежи из села нередко пока идет односторонне и сводится к «открытию» общезвестного: необходимости преодолеть различия между городом и деревней, особенно ощутимые для молодежи, когда речь идет об удовлетворении ее духовных запросов. Подобные выводы, не подкрепленные убедительными доводами, объективно поддерживают неопределенные по содержанию, но «антисельские» по направле-

⁵⁸ Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 44, с. 122—123.

ности устремления части молодежи. После таких выступлений газет сельской общественности порой бывает труднее убеждать юношей и девушек остаться работать в своих колхозах после завершения учебы и службы в армии.

Можно привести и другие ситуации, когда интересы людей недостаточно, а порой и ложно отражают действительные социальные проблемы. В этих случаях знание журналистами интересов аудитории читателей играет особо важную роль.

Жизнь настоятельно требует быстрее привести все методы и формы печатной пропаганды в соответствие с возросшим социальным опытом масс, достигнутым ими уровнем образования и культуры. Мы убеждены, что этот уровень позволяет сегодня пропагандистам шире преподносить аудитории абстрактные знания, систематически использовать метод абстрагирования. Этот метод позволяет поднять теоретический уровень печатной партийной пропаганды, преодолеть распространенный предрассудок, что абстрактность мешает партийности и научности, связи пропаганды с жизнью. В практике некоторых редакций газет этот предрассудок проявляется в осязательно настороженном отношении к абстрактно-логическому мышлению, в склонности к поверхностному описанию, регистрации фактов и событий в сфере общественной жизни за счет глубины анализа их сущности.

«Мышление, восходя от конкретного к абстрактному, — учил В. И. Ленин, — не отходит — если оно *правильное* ... — от истины, а подходит к ней. Абстракция *матери*, *закона* природы, абстракция *стоимости* и т. д., одним словом, *все* научные (правильные, серьезные, не вздорные) абстракции отражают природу глубже, вернее, *полнее*»⁵⁹.

Когда теоретический анализ фактов, явлений, производимый пропагандистом, отражает суть социальных процессов, дает обоснование существенных выводов, тогда эффективность печатной партийной пропаганды повышается, укрепляет авторитет научной идеологии.

Метод абстрагирования присущ теоретико-пропагандистскому творчеству уже потому, что ему имманентно обобщение, оно разъясняет прежде всего достижения теоретического познания, которое движется путем отвлечения от случайного, единичного, путем выработки научных абстракций.

Разумеется, уровень теоретической абстракции в каждом конкретном тексте необходимо соотносить с суммой знаний, сведений, представлений, характеризующих эту конкретную читательскую аудиторию, которой адресуется данный текст.

Учитывая состояние общественной психологии, авторы пропагандистских текстов призваны не «вообще», а в каж-

⁵⁹ Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 29, с. 152.

дом случае осуществления ими творческих заданий, целей. Под влиянием определенных социально-экономических и иных объективных факторов общество в целом или часть его может характеризоваться различным единством настроения, «состояния духа»: радостным, спокойным, тревожным, равнодушным, печальным... Любая из этих или подобных атмосфер социальной психологии требует существенной «поправки» не только в содержании, но и в форме изложения пропагандистского текста — в характере его структуры, стиля, в выборе жанра и т. д.

Как поучителен в этом отношении урок, данный писателем Всеволодом Вишневским в годы Великой Отечественной войны молодому тогда литератору Н. Михайловскому! Однажды он попросил Всеволода Витальевича — в ту пору начальника оперативной группы писателей при Политуправлении Краснознаменного Балтийского флота — посмотреть рукопись в семь страниц о боевых подвигах подводников. Автор был готов ко всему, но только не к такому разговору.

«— Это зачем? Это еще что за пустота? — спрашивал Вишневский, вычеркивая абзац за абзацем.

Я пытался сказать что-то в свою защиту, хотел сослаться на художественность. Мне казалось тогда, что художественное — это снабженное красивым описанием. Например, «Подводная лодка потопила противника» — это сухо и нехудожественно, годится для информации. Зато: «На алой заре, перьями висевшей над свинцовой поверхностью моря, подводная лодка торпедировала стальное тело морского пирата» — это художественно.

И вдруг все мои «перья» и «свинцовые тела», названные пустыми местами, были вычеркнуты одним движением пера.

— Художественно — это у Льва Толстого, — сказал Вишневский. Война идет, а у вас все еще «перья» над поверхностью. Перья были до 22 июня. Тогда я еще согласился бы выслушать ваши объяснения относительно «алых перьев». А сейчас... Люди гибнут, а вы со своими «перьями»... Время требует строгого, делового стиля, без сюсюканья»⁶⁰.

В результате правки от материала остались три страницы. Пробежав их глазами, Вишневский остался доволен и посоветовал автору не огорчаться.

Мы воспроизводим вслед за «Литературной газетой» этот разговор потому, что содержащийся в нем методический «заряд» может и должен быть использован и для «взрывов» в мирных целях. И сегодня не только содержание, но и каждый компонент формы любого пропагандистского текста необходимо тщательно «примерять» (если нужно и семь раз,

⁶⁰ Михайловский Н. «Время требует строгого, делового стиля...» «Лит. газ.», 1973, 7 ноября.

прежде чем «отрезать») к психологическому состоянию объекта идеологического воздействия, всем особенностям и нюансам его актуального бытия. И если при этом обнаруживаются психологические «барьеры» на пути к восприятию социальной информации, та или иная степень психологической «неготовности» к ее восприятию, субъект пропаганды должен учесть сложившуюся ситуацию.

Социально-психологическая теория печатной партийной пропаганды требует максимального учета, творческого отражения того особенного, что характерно для различных общественных объединений людей. Последние бывают социально-классовыми, общественно-политическими, территориально-административными, бытовыми.

Подчеркивая крайнюю важность дифференцированного анализа различных социальных общностей по их отношению к общественному производству и сфере потребления, по их классовому характеру, В. И. Ленин писал: «...К массам надо научиться подходить особенно терпеливо и осторожно, чтобы уметь понять особенности, своеобразные черты психологии каждого слоя, профессии и т. п. этой массы»⁶¹.

Оптимальная эффективность печатной партийной пропаганды, идеологической работы вообще зависит от степени познания закономерностей взаимодействия людей, включенных в определенные социальные объединения. Именно это позволяет пропагандисту прицельно формировать научное мировоззрение людей в единстве с их поведением.

С точки зрения исторического материализма, любой класс, в том числе и в условиях развитого социалистического общества, есть не только социально-экономическая, но и относительно устойчивая психологическая общность, характеризующаяся специфическими интересами. Это обуславливает особенности восприятия классом или социальной группой действительности и различного рода информации.

Учитывать в пропагандистской практике психологию определенного класса в данный исторический момент — значит прежде всего учитывать сущность и особенность его психологии в отличие от психологии любой другой общности людей, учитывать детерминацию классовой психологии.

Такой подход в идеологической пропаганде позволяет методологически обоснованно доказывать, что сама интеграция социально-классовых различий должна происходить и фактически происходит на базе высших достижений общества, прежде всего на основе передового мировоззрения, лучших социально-психологических качеств рабочего класса. Вот почему тема рабочего класса, пропаганда лучших его качеств — постоянная тема советской прессы.

⁶¹ Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 41, с. 192.

В. И. Ленин особо выделял роль таких качеств рабочего класса, как «выдержка, настойчивость, готовность, решимость и умение... во что бы то ни стало добиться цели, — эти качества пролетариат вырабатывал в себе 10, 15, 20 лет до Октябрьской революции... Эти качества пролетариата — поруча, что пролетариат победит»⁶².

Печатная партийная пропаганда призвана более пристально учитывать и особенности обыденного сознания, психологии современного молодого человека, советской женщины, пенсионера... Как известно, особенности развития этих больших общественных групп анализировались в Отчетном докладе ЦК КПСС XXIV съезду КПСС. В докладе на XXV съезде партии Л. И. Брежнев особое внимание уделил характеристике таких социально-психологических качеств молодых людей, как неустоявшийся характер, энтузиазм, живость ума, молодая энергия, искреннее, горячее стремление откликнуться на любые хорошие начинания.

Писатель Юрий Бондарев, подчеркивая психологические особенности молодости, пишет, что ей «особенно свойственно обостренное до предела отношение к окружающей действительности — поиски истины и нравственное самоутверждение. Более того, — этот период отвергает мягкие оттенки и лакированные поверхности, он угловат, резок, нередко алогичен в крутых подъемах и спадах»⁶³.

Стремиться учитывать эти и другие свойства молодости в адресованной ей идеологической пропаганде — значит уметь делать доступными понимания молодежи большие идеи, разяснять их глубоко правдиво, в тесной связи с делами молодежи, с учетом ее интересов, идеалов, планов, вести постоянный, глубоко убедительный, эмоциональный диалог с молодостью — лучшей и решительной порой человеческих исканий, потерь, неудовлетворенности и приобретений.

Вот почему так уместны, к примеру, именно на страницах «Комсомольской правды» дискуссии, спор. Этими излюбленными формами общения с читателями газета активно обсуждает волнующие их проблемы, выявляет точки зрения, четко определяет свои позиции. «Этот метод не придуман нами, — говорит редактор «Комсомолки» Лев Корнешов. — Он выработан всем полувековым опытом работы «Комсомольской правды». Молодость ее читательской аудитории, а значит, и свойства молодости качества определили характер нашей газеты, ее роль как коммунистического пропагандиста».

...Знать мнение своих читателей по самым сложным и острым вопросам, уметь опереться на него при разработке редакционных планов, увидеть с помощью читателей новые яв-

⁶² Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 40, с. 316.

⁶³ Бондарев Ю. Мир художника. «Лит. газ.», 1975, 1 янв.

ления и своевременно вынести их на газетную полосу — это давно уже стало правилом в нашей работе»⁶⁴.

Учитывать возрастные психологические особенности молодежи — значит чутко улавливать в идеологическом воздействии на нее особенности именно данных, конкретных ее представлений и интересов, учитывать ее неопытность, но и готовность воспринимать все новое, неизведанное, постоянно помнить, что молодежь «по необходимости вынуждена приближаться к социализму иначе, не тем путем, не в той форме, не в той обстановке, как ее отцы»⁶⁵.

Идеологическая пропаганда, адресованная молодым людям, тщательно корректируется по тематике. Поскольку молодежь не имеет собственного опыта классовой борьбы, с чем связано порой некритическое отношение к пережиткам прошлого, в пропагандистском воздействии на нее особенно важно раскрытие героических революционных, боевых и трудовых традиций Коммунистической партии, советского народа.

Опыт крупных советских публицистов, пропагандистов творческих идей и политики нашей партии убеждает, что наибольшей эффективности в общении с молодыми (да и не только, конечно, с молодыми) читателями они достигают потому, что умело побуждают их к размышлению, анализу теоретических положений и жизненных фактов, явлений с позиций ленинской диалектики. Большим мастером такой пропаганды был публицист Александр Михалевич. Учитывая свойственную молодежи неопытность, он талантливо преподавал ей уроки постижения марксизма, приобщал к методике его изучения. Он советовал, как бы беседа с молодыми читателями:

«Только сознательное, а не механическое, не школярское овладение марксизмом приносит пользу. Это не закон божий. Это наука. Ею надо овладевать всерьез. И конечно, не закрывать глаза на новые факты действительности, а жадно постигать их. Ленин не повторял за Марксом все слово в слово. Ленин применял метод Маркса, его принципы, его диалектику к новым урокам жизни, борьбы. К этому и теперь стремится, это делает наша партия. В общественных науках у нас много дискуссий. Спорят экономисты, спорят философы. Но спорят, не стесняясь «повторять» проверенные жизнью принципы, стараясь еще глубже постигнуть гениальное наследство Маркса и Ленина»⁶⁶.

Мы привели эти мысли талантливого публициста еще и потому, что они содержат в себе надежные ориентиры для

⁶⁴ Корнешов Л. Всегда быть молодой! «Журналист», 1975, № 5, с. 45.

⁶⁵ Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 30, с. 226.

⁶⁶ Михалевич А. Жизнь, простертая по веку. М., 1974, с. 127.

дальнейшего поиска новых приемов и средств пропаганды марксистско-ленинского учения на страницах молодежных газет, в расчете на молодежную читательскую аудиторию вообще. С учетом присущего молодежи стремления знать, как получен вывод, получить ответы на многочисленные «как?», «почему?» — в печатной пропаганде, адресованной этой части читательской аудитории, часто оказывается предпочтительным индуктивный метод изложения. Он обязывает автора исходить из жизненных фактов, примеров и на этой основе подводить читателей к научным обобщениям. Иными словами, разъяснение положений науки в этом случае идет тем же путем, что и выработка этих положений. Индуктивный метод, таким образом, приучает аудиторию анализировать факты и жизненные явления, теоретически осмысливать их, определять тенденцию, перспективы общественного развития, движения вперед.

Методику печатной партийной пропаганды крайне важно скоординировать сегодня с новыми выводами социологии и общественной психологии о роли трудовых коллективов в активном политическом и нравственном воспитании. В постановлении ЦК КПСС «О работе по подбору и воспитанию идеологических кадров в партийной организации Белоруссии» особо подчеркивается необходимость глубоко разрабатывать пути и методы активизации трудовых коллективов в коммунистическом строительстве, отрабатывать систему взаимодействия технико-экономических, организационных, идеологических и других факторов в воспитании трудящихся.

В этой связи одна из актуальнейших задач печатной партийной пропаганды состоит в том, чтобы глубже отображать общественные отношения, ту социальную «микросреду», в которой личность непосредственно формируется, в которой особенно отчетливо проявляется закономерная при социализме совместимость общественной и личной значимости и ценности.

Речь идет о выработке и использовании в пропагандистском творчестве приемов и средств, которые позволят еще теснее увязывать разъясняемые положения с жизнью, представить героев пропагандистских текстов людьми живыми, в типичных для них обстоятельствах, во взаимосвязи с той «микросредой», которая так или иначе, «представляет» в их сознании.

Лучшие достижения пропагандистской практики советской прессы связаны именно с таким подходом к раскрытию духовных качеств советских людей. Взять те же социальные портреты «Комсомольской правды». В каждом из них авторы уделили особое внимание отображению психологических особенностей репрезентативно отображенных представителей

различных профессиональных групп тружеников нашей страны.

Вот вместе с И. Зюзюкиным мы узнаем врача Пархоменко, знакомимся с ее профессией «там, где она сильнее всего выражает себя, — на рабочем месте»⁶⁷, потом идем по участку, который обслуживает врач. И все время в центре внимания журналиста личные качества, психология, профессиональная этика врача, характеризующие специфику труда людей данной профессии, их «нелегкую жизнь, если говорить серьезно». Таким неисхоженным путем автор подводит читателей к большим социальным выводам о благородстве труда советского человека, о том, что бесплатная и общедоступная медицинская помощь — величайшее завоевание социализма.

Раскрывая индивидуальные особенности своего героя — чабана Сагыбека Тургунбаева — В. Ляшенко поведал читателям о его доброй народной мудрости, сердечности, необычайной привязанности к отаре. Автор не задает герою традиционных вопросов о счастье, о том, как Сагыбек обходится без городских благ. «Разговор о чабанском счастье в подслеповатой землянке или под парусиновой крышей палатки кажется решительно невозможным»⁶⁸. Зато В. Ляшенко внимательно слушает, как поёт чабан под звуки камуза свои стихи. И раскрывается перед ним душа человека. А перед читателем предстают исполненные глубокого смысла рассуждения автора о творческой радости чабанского труда, о преданности земле, власти отары и других проблемах, которые «должны стоять на своем месте».

И в других «портретах» авторы выступают активными, страстными пропагандистами наших достижений, лучших черт советского человека. Они рассматривают своих героев как единство социально обусловленных и индивидуальных черт, тонко отражают их личные, профессиональные интересы, все что связано с выполнением ими основных профессиональных функций.

Психологический климат, моральный настрой коллектива, от которых во многом зависит эффективность восприятия идеологической информации — следствие многих факторов. Это — показатель благополучия или неблагополучия в характере руководства коллективом, организации труда, сочетания общественных и личных интересов, состояния идейно-воспитательной работы и многих других факторов. В конечном счете — это показатель и правильности осуществления принципа единства политического и хозяйственного руководства.

Сегодня партийная пропаганда более пристально рассматривается к материальным и организационным причинам,

⁶⁷ Зюзюкин И. Врач. «Комс. правда», 1968, 3 марта.

⁶⁸ Ляшенко В. Чабан. В сб.: Социальный портрет. М., 1967, с. 53—

влияющим на психологическое состояние коллектива. Но, как справедливо отмечал на страницах «Журналиста» профессор В. Подмарков, «встречаются еще и рецидивы «волевых» трактовок: еще нередко авторы требуют «повысить сознательность», «увлечь», «заразить энтузиазмом», «проникнуться чувством ответственности», не давая себе труда задуматься, почему этих качеств у коллектива нет, с помощью каких конкретных мероприятий можно улучшить психологическое состояние коллектива»⁶⁹.

Проблемы единства коллектива и личности, утверждения принципа коллективизма, всестороннего развития лучших социально-психологических качеств в каждой трудовой «микросреде», всестороннего развития каждого ее члена — должны быть постоянно в центре внимания печатной пропаганды и освещаться с разных сторон.

С нашей точки зрения, сегодня наиболее актуальными являются следующие подходы к раскрытию темы «Коллектив и личность» в социально психологическом аспекте:

— развивая эту тему вширь, стремиться увидеть и всю ее глубину, открывать в ней новые грани;

— важно не только констатировать на эмпирическом уровне, но и глубоко осмысливать теоретически возникающие противоречия между личностью и коллективом (например, между желанием и необходимостью и др.); указывать пути преодоления подобных реальных конфликтов, развивая у читателей чувство долга, лучшие качества души человеческой;

— вовремя подмечать и осмысливать рождение новых духовных качеств, черт характера изучать творческие ресурсы конкретной личности и делать их достоянием всех читателей данной газеты;

— освещая социалистическое соревнование, необходимо в большей степени показывать его как сферу нравственного соперничества, проявления силы общественного мнения, патристических и интернациональных чувств; как средство преодоления всего старого, отжившего, косного не только в области материального производства, но и в самих производителях материальных и духовных благ.

ЖАНРОВЫЕ ФОРМЫ ПРОПАГАНДЫ МАРКСИСТСКО-ЛЕНИНСКОЙ ТЕОРИИ В ГАЗЕТЕ

Главная тенденция развития теоретико-пропагандистских материалов в советской прессе выражается прежде всего в углублении идейной и классовой направленности их содер-

⁶⁹ Подмарков В. Социальные резервы производства. Что это, такое? «Журналист», 1974, № 2, с. 24.

жания, в стремлении насытить их свежей мыслью, философией времени, учесть духовные изменения, возросшую идейно-теоретическую образованность читателей и обусловленную этим повышенную требовательность к социальной информации. Широкое использование научных методов в целях познания современной действительности и более глубокого проникновения в сложный внутренний мир человека, утверждение партийной страстности в отстаивании передовых общественных тенденций — эти и другие качественные сдвиги в содержании печатной партийной пропаганды требуют поиска формы, способствующей его оптимальному раскрытию.

Одной из важнейших жанровых форм идеологического воздействия на читателей традиционно является пропагандистская статья. Этот жанр публицистики дает наибольшую возможность раскрыть объективную истину марксизма-ленинизма, осмыслить значительные факты и явления жизни, всесторонне проанализировать их сущность, сделать масштабные обобщения и выводы.

Именно эти качества, характеризующие основные отличительные особенности статьи по характеру объекта исследования, по ее конкретному назначению, по масштабам выводов и обобщений, обуславливают неограниченные возможности для автора творчески популяризировать общественные науки, разъяснять политику КПСС, бороться с буржуазной идеологией, теоретически обобщать опыт коммунистического строительства.

Высокая социальная предназначенность пропагандистской статьи предопределяет характер ее отношения к жизни, к действительности. Теория, политика КПСС органически сопрягается с практикой, а практика с теорией, политикой; показывается процесс претворения их в жизнь. Исследуются, теоретически осмысливаются наиболее показательные факты, события, явления, относящиеся к избранной теме, раскрываются их причинные связи, политическая сущность. Результатом исследования являются теоретические, политические выводы и обобщения, научно обоснованные задачи, что служит формированию у читателей коммунистического мировоззрения, повышению их трудовой и политической активности.

Природа жанра пропагандистской статьи предъявляет особые требования к построению концепции, логической стройности выражения авторской мысли. Именно это имел в виду В. И. Ленин, подчеркивая, что статья требует «ясного развития строго определенной мысли»⁷⁰.

В. И. Ленин дал публицистам и конкретный методический совет, следуя которому легче определить главную, стержневую мысль и ясно развить ее, стремясь определен-

⁷⁰ Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 9, с. 407.

ным образом воздействовать на читателей. «Статья берет и ярко выражает одно соотношение, и довольно»⁷¹.

Это означает, что диалектически рассмотрев конкретные ситуации, проникнув в сущность фактов и явлений действительности, обобщив их, автор освещает тему в соотношении, взаимодействии двух главных, важнейших в данный момент черт, присущих анализируемой ситуации. Такое качество, весьма характерное для публицистики самого В. И. Ленина, очень часто находит выражение и в заголовках его работы: «Новое правительство и пролетариат», «Новые задачи и новые силы», «Задачи рабочей партии и крестьянство», «Марксизм и восстание», «Европейский капитал и самодержавие» и т. д.

Как известно, жанры различаются не только по характеру объекта, их конкретному назначению, масштабу выводов и обобщений, но и по характеру литературно-стилистических средств, т. е. по способам отражения действительности.

Очерк немислим без образных характеристик, фельетон без сатиры, сарказма, иронии или юмора. В пропагандистской статье эти средства художественной выразительности играют вспомогательную роль, облегчая автору возможность донести до сознания читателя определенную мысль возможно более доступно, убедительно и ярко. Главными же здесь являются средства логически-понятийного отображения действительности, позволяющие открыть и передать сущность теоретических положений, фактов и явлений общественной жизни. «Главными» — не означает единственными. Популярность и простота партийной пропаганды предполагают широкое использование всего многообразия литературных приемов и средств. И в пропагандистской статье имеют право занять место живая картина, события, диалог, полемика, литературный образ положительного или отрицательного героя, личные воспоминания, ирония и юмор, если они обеспечивают популярность изложения, исключая вместе с тем его игривость и легкость, подмену пропаганды описательством, литературщиной.

Все, что способствует достижению цели, выполнению задач жанра пропагандистской статьи, не может быть ей противопоказано. В этом смысле не противопоказана ей и кажущаяся кое-кому «излишняя образность». Рецептов тут нет и быть не может.

В печатной пропаганде, как и в журналистике вообще, есть что (содержание) и есть как — форма выражения этого содержания. И очень часто как мы отождествляем с образным мышлением. А ведь оно — лишь один из главных

⁷¹ Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 42, с. 210.

компонентов этого как, не тождественно ему, ибо форма выражения содержания отнюдь не сводится к умению мыслить образно, хотя этот дар природы и чрезвычайно важен для публициста, во многом определяя его самобытность.

Однако можно привести немало пропагандистских статей и иных произведений журналистики, которые не отличаются ярким образным стилем изложения, но по праву относятся к подлинной публицистике, ибо несут в себе глубокую новую мысль, которая близка читателю и волнует его сама по себе.

Опыт, однако, убеждает, что сочетание, органический «сплав» научного анализа и образной формы выражения авторских мыслей — самый перспективный путь оптимального отражения действительности и повышения КПД всех жанров партийной пропаганды в прессе.

Проблема газетных жанров — это отнюдь не только проблема «умения», мастерства. Сердцевина проблемы — в соотношении требований времени и возможностей различных жанров как аккумуляторов опыта. В этом легко убедиться прослеживая тенденции обновления пропагандистской статьи. Сейчас ее автору уже мало обладать «тайнами» сугубо профессионального мастерства. Только глубокое знание жизни, предмета исследования и осмысление, «пропущенное» через его мировоззрение и сплавленное в конкретном произведении, могут вызвать глубокий читательский отклик. Увлечь читателя посредственными мыслями, повести исхоженными тропами — безнадежное занятие.

Развитие пропагандистской статьи по линии углубления содержания, повышения идейно-творческого уровня в целях оптимального воздействия на читателя закономерно сопровождается как дифференциацией ее типов и форм, так и отчетливо видимым процессом интеграции.

Журналисты старшего поколения хорошо помнят не так уж давнее время, когда понятие «пропагандистская статья» было однозначным. Иное дело сегодня. Утвердился тип теоретической статьи, отмеченной самостоятельным, исследовательским подходом автора к конкретной теме. Пример — подлинно творческие статьи в «Правде» под ставшей постоянной рубрикой «Вопросы теории». Со статьями этого типа, как правило, выступают крупные политические деятели Коммунистической партии и братских зарубежных партий, видные ученые.

К собственно пропагандистским статьям в традиционном понимании их назначения неприменим критерий: «А что она вносит нового в разработку теоретических проблем?» Но обязательным является элемент новизны в освещении темы, показ теории в действии. Без самостоятельной разработки темы, умения осветить ее с новой стороны, без творческого стремления поглубже вникнуть в теоретические и политиче-

ские вопросы не может быть творческой популяризации, действенной пропаганды.

Своеобразным видом пропагандистской статьи являются статьи, публикуемые под рубриками *«Беседы с читателями»*, *«Консультации»*, *«Политические беседы»*. Их особенность — в отчетливо выраженных акцентах на определенные структурные компоненты формы, в первую очередь, такие, как язык и стиль, образность, обеспечивающие максимальную доходчивость содержания.

Беседа на темы теории, политики, общественной практики предполагает откровенный, задушевный разговор с собеседником. Большим мастером такого общения с читателями был академик П. Юдин, о чем свидетельствует цикл его бесед о коммунизме в газете «Советская Россия». Вот одна из них: «Труд и богатство»⁷². О языке, образном стиле разговора автора с читателями легко судить по зачину этой беседы:

«В разговорах о коммунизме нередко приходится слышать такие слова:

— Коммунизм — это все по потребностям!

Вроде как будто и правильно, однако если вдуматься, то нетрудно убедиться: телегу здесь ставят впереди лошади. Ведь главным, определяющим в развитии любого общества является производство, а не распределение. Между тем коммунизм представляется некоторым в виде общества «всего готового», где надо лишь иметь большую ложку, чтобы черпать общественное добро.

К сожалению, даже иные пропагандисты грешат таким примитивным представлением о коммунизме. На XIV съезде ВЛКСМ рассказывалось об одном лекторе, который в своих выступлениях авторитетно утверждал, что при коммунизме женщины будут иметь по 12 платьев, мужчины — по 7 костюмов, а рабочий день не превысит двух часов. Только один вопрос поставил его в тупик: «будет ли при этом обеденный перерыв?»

Уместно употребленная поговорка, ссылка на «авторитет» лектора-пустозвона, вызывающая добрую улыбку, интонации народной речи — уже это само по себе привлекает внимание читателя, располагая его к двусторонней беседе. Она предполагает вопросы. И автор старается предугадать их:

«Само собой понятно, что распределять материальные и духовные блага по потребностям можно только тогда, когда будет создано их изобилие. Как же достичь это?»

Отвечая на поставленный вопрос, автор говорит о роли труда, об обязанности трудиться на благо общества в полную меру своих сил, ибо результаты труда каждого — «отдельные ручейки, сливающиеся в поток, который заполняет

⁷² «Советская Россия», 1962, 5 июня.

и со временем до краев заполнит гигантскую чашу коммунистического изобилия».

Таков лексический, образный строй выражения довольно сложного содержания: роли труда в накоплении общественных богатств. Но именно это качество формы анализируемой статьи делает ее содержание доступным каждому читателю.

Рубрика типа «Беседа с читателями» все чаще появляется на страницах наших больших и малых газет. Однако как же часто она ставится формально! Над обычной, а порой и нарочито усложненной по содержанию и литературному оформлению статьей.

Газетная практика выдвигает проблему поиска специфических форм пропагандистской статьи с учетом типа газеты, в которой она публикуется. Заместитель заведующего отделом пропаганды ЦК КПСС Г. Смирнов имел все основания сказать: «Видимо, пропагандистские выступления республиканских и областных газет должны отличаться от публикаций того же типа в центральных изданиях. В них должно быть больше местных проблем, местных материалов»⁷³.

Классификация типов и форм пропагандистских статей, взаимодействие исследовательских и пропагандистских начал в них еще ждут теоретической разработки. Развитие жанра выдвигает этот вопрос перед журналистской теорией в качестве одного из актуальных.

Наиболее эффективное воздействие на сознание людей обеспечивается прежде всего на путях исследовательского постижения социальной действительности и отображения ее в соответствии с принципами и функциями прессы. Естественно, это предполагает не только литературные способности, но и компетентность пропагандиста, вооруженность научной методикой анализа. Советская журналистика постоянно совершенствует приемы, методы ведения пропагандистской работы, добиваясь, чтобы она была все более доказательной, убедительной, компетентной. Именно в этих целях в журналистскую практику внедряется и метод конкретно-социологических исследований. При правильном применении он дает журналисту широкие возможности активно вторгаться в жизнь в целях научного отражения и воздействия на ход протекающих в ней социальных процессов. Все это соответствует ленинским принципам и традициям творческого ведения коммунистической пропаганды.

С конца пятидесятых — начала шестидесятых годов на страницах нашей прессы все чаще стали появляться аналитические материалы под рубриками и шапками: «Социология и жизнь», «Слово берет социолог», «В зеркале социологий»

⁷³ Смирнов Г. Убеденно, убедительно, доходчиво, ярко. В сб.: Наш курс — решения XXIV съезда КПСС. М., 1971, с. 25.

и т. п. Журналистский поиск в этом направлении начал все в большей степени опираться на лучшие традиции революционно-демократической журналистики, на опыт публицистов ленинской школы. Так был возрожден социально-экономический очерк. В период подготовки к 50-летию нашего государства на страницах «Комсомольской правды» утвердилась рубрика-жанр — «Социальный портрет». Можно без преувеличения сказать, что эти материалыполнили копилку подлинного журналистского мастерства. Вот почему изучение этих форм публицистики представляет не только теоретический, но и практический интерес⁷⁴.

Изначальная предназначенность социально-экономического очерка — раскрывать внутренний механизм социальных явлений, закономерности их развития, сущность и причины определенных фактов, социальных ситуаций, складывающихся в процессе общественной жизни.

Аналитическое начало, являющееся неперменным качеством социально-экономического очерка, позволяет автору выразить логику общественных закономерностей в реальном движении жизненных противоречий и в человеческих отношениях, дать, говоря ленинскими словами, «маленькую картину для выяснения больших вопросов».

Заглянем пристальнее в творческую лабораторию А. Гурьянова. Его социально-экономический очерк «Наша зарплата плюс миллионы» опубликован в «Правде»⁷⁵. В его основе — рассмотрение механизма действия одной из основных закономерностей развития социалистического общества — неуклонного повышения материального благосостояния и культуры советского народа за счет общественных фондов потребления. Традиционно их роль показывается путем анализа и сопоставления материалов статистических сборников, рассмотрения конкретных фактов, характеризующих расходы общества на образование, здравоохранение, пенсионное обеспечение и другие социально-культурные цели, скажем, в республике, области или в городе, районе, где выходит данная газета.

Социально-экономический очерк требует от журналиста проведения личного исследования определенных общественных явлений, показа их в сочетании зримой конкретности жизненного материала с высокой точностью его анализа и обобщений. Изложение хода и результатов такого исследования пропагандист непременно дает в органическом сплаве с увлекательным рассказом о людях.

⁷⁴ Подробно о жанровых особенностях социально-экономического очерка и «Социального портрета» см.: Шандра В. А. «Газета, пропаганда, жизнь», с. 51—96.

⁷⁵ См.: «Правда», 1967, 20 авг.

Вот как этого достигает А. Гурьянов. Структуру и значение общественных фондов потребления он рассматривает не вообще, а на основе конкретно-социологического изучения расходов общества на тружеников Ивановского ордена Ленина меланжевого комбината имени Константина Фролова. В итоге автор показывает, что получили сверх заработка за один год меланжисты и их семьи. Получилась внушительная сумма: 7 091 586 рублей.

В стремлении предельно убедительно показать заботу советского общества о благе трудящегося и его семьи А. Гурьянов ставит вопрос: а что конкретно получает *каждая* рабочая семья меланжистов? Здесь уместно отметить и методологическое обоснование исследования, ответившего на этот вопрос.

«Для изучения мы выбрали 12 самых разных семей: по численному составу, количеству работников, детей, стариков, студентов-вечерников. Учтя их годовые заработки, исключив подоходный налог, приплюсовав суммы общественных благ, мы разделили полученное на количество членов каждой семьи и выявили близкую к действительности картину материальной обеспеченности меланжистов».

Характеризуя и обобщая цифры роста заработка рабочих и добавлений к нему за счет общественных благ, журналист документально убеждает, что общественные фонды дают существенную добавку к бюджету каждой семьи.

И, наконец, в особом разделе «Пятилетка Абрамовых» он произвел скрупулезный анализ структуры бюджета типичной рабочей семьи, не выходящей «за пределы средней обеспеченности и обычного внимания со стороны общества». И читатель вновь убеждается прокомментированными достоверными цифрами и фактами в закономерном при социализме росте материальной обеспеченности каждой трудовой семьи за счет общественных фондов, сумма которых, в свою очередь, обусловлена силой и богатством нашего государства.

Как видим, А. Гурьянов в своих суждениях всецело базируется на им же осуществленном конкретно-социологическом анализе жизненных фактов, явлений, показывая их влияние на судьбы многих людей и даже всего общества, и таким путем подводит читателей к масштабным обобщениям.

Предельная документальность — характернейшая особенность социально-экономического очерка. Он иногда кажется перегруженным цифрами, статистическими справками, таблицами, диаграммами, фактами и даже фотоиллюстрацией. Однако именно они и являются теми основаниями и скрепами авторской концепции и логическими основаниями стержневой идеи исследования, которые призваны убедить читателя как в методологической обоснованности

исследования, так и в объективности его результатов, масштабных выводов.

Перед автором социально-экономического очерка всегда стоит двуединая задача: с одной стороны — исследование явлений и событий жизни, конкретных проблем и конфликтов; с другой — показ человека, его судьбы, создание образа современника на основе строго документальной реальности.

Очерк, по мысли М. Горького, — это всегда человековедение. И в лучших социально-экономических очерках журналисты идут к истине через человека, исследуют жизненные процессы, проблемы, факты путем проникновения в сложный духовный мир личности, путем выявления ее гражданской позиции к предмету публицистического исследования.

Автор социально-экономического очерка выступает одновременно и как социолог, владеющий методикой научного анализа, и как художник, обладающий достаточным образным мышлением. Его двойной взгляд на предмет отражается в единстве и взаимодействии понятия и образа. Однако ведущими здесь являются средства понятийного отображения действительности, логические закономерности и основания, позволяющие открыть и передать сущность фактов, социальных явлений и процессов, лежащих в основе исследования публициста.

Если принять определение А. М. Горького: «очерк стоит где-то между исследованием и рассказом», то социально-экономический очерк стоит ближе к исследованию. Более того, это особый вид исследования, процесс и результаты которого публицист в меру своего мастерства призван излагать возможно более образно. Единство двух начал — социологического, научно-исследовательского и художественного, беллетристического — одна из характернейших особенностей социально-экономического очерка.

Подводя итог сказанному, можно сделать вывод:

Социально-экономический очерк — жанр публицистики, позволяющий раскрыть внутренний механизм социальных явлений, закономерности их возникновения и развития, сущность и причины определенных жизненных ситуаций, показывая их в сочетании с яркой конкретностью, образного воспроизведения жизненного материала с документальной точностью его анализа и обобщений.

«Социальный портрет» имеет свои типичные приметы. По мнению редакции «Комсомольской правды» они должны «представлять социальные типы различных социальных групп, быть типичными при выборе героя и отражать социальные завоевания».

Ключом к раскрытию конкретной личности в качестве носителя основных характеристик советского общества является марксистско-ленинское учение о социальном типе.

Карл Маркс писал: «Сущность «особой личности» составляет не ее борода, не ее кровь, не ее абстрактная физическая природа, а ее *социальное качество...*»⁷⁶ Это качество проявляется прежде всего в исполнении личностью определенных социальных ролей, данных ей обществом или добровольно принятых на себя.

Марксистский метод изучения жизни общества выделяет в структуре личности ее ядро — совокупность общественных отношений. Являясь объектом общественных отношений, впитывая в себя эти отношения, личность становится их носителем, являясь носителем и основных характеристик общества.

Создавая с учетом этого объективные портреты конкретных социальных типов, показывая их в процессе исполнения определенных социальных ролей, журналисты «Комсомольской правды» пропагандируют строй, который создал замечательные личности⁷⁷.

Если художник, создавая художественный образ — тип, конструирует его путем изображения многих неповторимых индивидуальных черт человека (характер, поступки, увлечения, вкусы и т. д.), то автор «социального портрета» главное внимание сосредоточивает на социальных признаках личности, показывает ее в социальных ролях. У журналиста это не конструирование портрета из множества наблюдений, а выявление на примере конкретного индивида наиболее существенных социальных признаков и черт, типичных для представляемой им социальной группы.

В первом же «социальном портрете» «Шофер» автор В. Аграновский так определил задачи новой рубрики: «...на его примере я буду вам рассказывать, как живут, как работают, о чем думают современные шоферы»⁷⁸.

В «социальном портрете» «Студент» авторское кредо то же: «в его индивидуальности я должен был находить черты, присущие всем студентам, всем четырем миллионам человек»⁷⁹.

Герои «портретов» выбирались с учетом социальной структуры советского общества. Взяты представители различных социальных слоев: шофер и слесарь — рабочие, чабан — сельскохозяйственный рабочий, младший научный сотрудник, врач, учитель — интеллигенты непроизводственной сферы, инженер — представитель технической интеллигенции.

⁷⁶ Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. I, с. 242.

⁷⁷ Часть очерков этой серии составила специальный сборник «Социальный портрет». М., 1967.

⁷⁸ «Социальный портрет», с. 6.

⁷⁹ Аграновский В. Студент. «Юность», 1967, № 12, с. 89.

Но, кроме классовой характеристики, в понятие социальной структуры в советском обществе входят и признаки профессиональные, т. е. связанные с общественным разделением труда. Потому, что этот признак определяет уровень условий, создаваемых тем или иным видом труда для всестороннего развития умственных и физических способностей человека. Поэтому научен и оправдан выбор героев по социальному признаку.

Журналистами были четко определены и объективные характеристики: условия труда, его оплата, характер труда и т. д., и субъективные: отношение к труду, к социальным ценностям. Почему именно эти? Потому, что они определяют ценностную ориентацию личности. А именно эта ориентация оказывает влияние на поведение личности в обществе, характеризует ее общественное лицо. Как видим, журналисты брались за тему, вооруженные знанием социологии.

В обыденной практике наши очеркисты чаще всего пытаются найти личность, в которой бы наиболее полно, концентрированно воплотились какие-то определенные социальные черты человека сегодняшнего дня или, наоборот, пережитки прошлого. В «социальном портрете» нужен был средний репрезентативный герой. Может быть, даже не герой в том смысле, в котором мы привыкли это понимать. Нужна была личность, которая бы в себе, своих связях с обществом, духовных интересах, быте, материальном положении отразила социальные и психологические особенности, характерные для целой социальной группы.

Таковы методика и основные направления, обеспечившие лучшим перьям «Комсомолки» успех в разработке новой плодотворной публицистической жилы. В чем политический, пропагандистский смысл их труда?

Ища среднее, ничего от себя не навязывая и не привнося, не обходя острых углов, нерешенных проблем, существующих в каждой из взятых профессий, журналисты нашли незаурядное. И это потому, что человеку, воспитанному всем укладом нашего социалистического бытия, присущи необыкновенные черты.

«Социальные портреты» охарактеризовали социальные типы и характеры, выражающие сегодняшнюю народную жизнь. И в этом, оказалось, заложен заряд большой пропагандистской силы, о чем редакции газеты сказал поток писем — откликов. Только на очерк «Шофер» их пришло пятьсот. Треть из них заканчивалась двумя листами подписей.

Публикуя первый «социальный портрет», «Комсомольская правда» писала, что открывает новую рубрику. Но мы увидели в этих публикациях рубрику-жанр, новый вид социологического исследования, в основе которого редкостное творческое содружество «пера и науки».

«Социальный портрет» — очерк-исследование, отличающийся осмыслением индивидуальных черт нашего современника в социальном аспекте, добротной конкретно-социологической оснасткой, глубоким и объективным анализом социальной действительности.

Это сложное единство существенных признаков и определяет, по нашему мнению, основные особенности анализируемой нами формы партийной пропаганды.

Жанровые формы партийной пропаганды в газете, как и жанры публицистики вообще, относительно устойчивы в своем развитии, они не меняются в корне вслед за коренными переменами в жизни общества. Достаточно сказать, что нашей современной газетной практике хорошо служат и жанры, которые в значительной мере сформировались в дореволюционной журналистике. Такая относительная стойкость форм в журналистике, как и в литературе, объясняется стойкостью национального языка, преемственностью традиций прошлого.

Не следует забывать, что к устоявшимся формам журналистики, партийной пропаганды в частности, привыкают и читатели. Учитывать проявление читательской установки в этом аспекте — значит постоянно заботиться о разнообразии форм печатной партийной пропаганды. Между тем, именно этого качества ей сегодня недостает. Иные редакции забывают, что каждый жанр, каждый его вид и каждая интересная форма подачи пропагандистского материала в газете — это тот приток, те ручейки, без которых не может быть большой реки. Только системный подход к идеологическому воздействию на массовую аудиторию газеты, требующий комплексного использования всех жанровых форм пропаганды, может способствовать повышению ее эффективности.

Часто ли встретишь в газете воспроизведенную интересную лекцию пропагандиста, беседу агитатора или политинформатора? А если вдуматься, чем редакции пренебрегают? Возможностью сделать содержание поучительного устного выступления в определенном коллективе достоянием тысяч читателей, одновременно широко распространив методический опыт данного пропагандиста. А разве сама форма подачи этого идеологического материала не привлечет внимание читателей?

Конечно, организовать такой материал — трудоемкое дело. Нужно найти творческого автора, побывать на его публичном выступлении, чтобы знать, как оно воспринято аудиторией. Ведь публикация подобных материалов обычно сопровождается традиционной ссылкой на то, где и кому прочитана, скажем, данная лекция. Порой оказывается трудоем-

кой и подготовка ее к публикации: как правило, стенограмма нуждается в сокращении, доработке. Но если учесть действенность такого рода публикаций, отмеченных творческим началом, широким использованием местного опыта, фактов из жизни того коллектива, которому читается лекция (если ее тема позволяет это сделать), задушевной формой разговора с аудиторией, трудности подготовки таких публикаций вознаграждаются эффективностью их воздействия на ум и сердце читателя.

Ответственна сегодня роль оперативного обозрения или комментария на экономическую, политическую или иную актуальную тему. Почему?

Руководствуясь концепциями «идеологического разоружения», «деидеологизации» идеологии, «свободного потока», буржуазные пропагандисты активно используют сегодня новый прием дезинформации — перенасыщение информацией. Здесь расчет на то, чтобы помешать простому человеку разобратся в обилии обрушивающихся на него фактов. Умелым подбором их, тенденциозным изложением стираются грани между главным и второстепенным в событиях международной, внутривосточной и экономической жизни и таким путем нередко достигается запланированный пропагандистский эффект.

В этих условиях и местным газетам, при наличии квалифицированных кадров, очень важно оперативно откликаться на злободневные вопросы, не только объяснять факты, но и комментировать их, увязывая с важнейшими социальными процессами, помогать читателю правильно ориентироваться во всем многообразии событий, которыми так богата жизнь в наши дни.

О резервах и возможностях активизации контрпропаганды на страницах местных газет убедительно говорит опыт пермской областной газеты «Звезда». Здесь постоянную прописку нашла рубрика «Политический комментарий «Звезды». Публикуемые под ней обозрения оценивают важнейшие события международной жизни, с наших, марксистских позиций ориентируют читателей в потоке зарубежной информации, обобщая и комментируя ее.

Мы рассмотрели лишь те жанровые формы партийной пропаганды, которые являются определяющими в практике отделов пропаганды редакций газет. Фактически же все жанры журналистики могут и должны шире использоваться в идеологической работе прессы.

Любая наша газета имеет возможность для более широкого рецензирования и аннотирования теоретико-пропагандистской литературы, наименование изданий и тиражи которой растут с каждым годом, а количество рецензий, отнюдь, нет.

Газета призвана контролировать качество лекционной

пропаганды в данной области, городе или районе. Между тем, рецензии на лекции, читаемые по линии общества «Знание» другими лекторами, появляются на страницах многих местных газет крайне редко.

Еще реже здесь прочтешь очерк или яркую зарисовку о труде хорошего пропагандиста, агитатора или политинформатора, заслуживающего такого морального поощрения. Редки в печати и отчеты о занятиях в сети партийного просвещения, комсомольской учебы.

Неоправданное сужение форм освещения идеологических тем в газете обедняет творческую палитру пропагандиста, снижает эффективность его труда. Вот почему овладение всеми видами и жанрами партийной пропаганды в газете — важнейшая задача повышения квалификации не только профессиональных журналистов, но и нештатного актива пропагандистов.

Разнообразие литературных форм партийной пропаганды необходимо в журналистике не ради какого-то украшения газетной полосы, а для того, чтобы ярче, доходчивее разъяснять читателям марксистско-ленинскую теорию и политику КПСС, наши идеалы, полнее и увлекательнее изображать величие эпохи коммунистических преобразований и всю красоту духовного богатства советского человека.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Закономерное возрастание роли печатной партийной пропаганды в современных условиях коммунистического строительства требует глубокого освоения ее метода, научных основ.

В общем виде метод пропагандистского творчества можно определить как систему регулятивных мировоззренческих, идеологических, политических принципов и частных приемов, конкретных процедур, способов достижения поставленной цели в отражении социальной действительности и организации познанного в эффективное социально-полезное воздействие на читателя. Этот метод представляет собой диалектическое единство субъективных и объективных моментов творческого процесса оперативного идеолого-политического постижения актуальных аспектов социальной жизни в целях повышения коммунистической сознательности, убежденности, трудовой и общественной активности масс. Он создается и совершенствуется на основе отражения закономерностей изучаемых сторон общественной практики и должен рассматриваться в динамике как всегда живое, диалектически развивающееся знание, как постоянно совершенствующийся инструмент познания, популяризаторского творчества. И дейст-

вительно, наполнение новым содержанием принципов пропагандистского творчества, всех компонентов метода печатной партийной пропаганды происходит постоянно. Этого объективно требуют развивающаяся духовная жизнь, общественная практика, научно-техническая революция. Именно под влиянием данных объективных факторов советская журналистика становится все более исследовательской, интеллектуальной.

Журналисты стремятся не только находить новые, но и творчески использовать уже оправдавшие себя на практике комплексы приемов, средств и методов для того, чтобы обеспечить оптимальную эффективность популяризации политики КПСС, марксистско-ленинского учения, наступательной борьбы с буржуазной идеологией.

Лучший пропагандистский опыт советских газет убеждает, что только знание законов диалектического и исторического материализма, науки логики и их творческое применение с учетом специфики и социальных функций журналистики позволяет автору проникать в суть происходящих событий, явлений, предвидеть наиболее существенные из них, возможность возникновения сложных жизненных ситуаций, познавать и отображать социально значимые проблемы в их становлении, развитии. Речь идет о познании фактов, явлений в соответствии с действующими объективными закономерностями общественного развития, осмыслении социально значимых процессов с позиций интересов подлинно революционного класса, революционной партии и личного опыта пропагандиста.

Мы особо подчеркиваем единство гносеологических и ценностно-идеологических основ методологии пропагандистского творчества. Их неотделимость означает совпадение объективно научного анализа социально-экономических основ данного общества с марксистско-социологическим. Это полнота отображения жизни с позиций единства социально-экономических, политических и идеологических интересов рабочего класса и его революционной партии.

Эффективность печатной пропаганды в решающей степени зависит и от уровня научной разработки, усвоенности журналистами социально-психологической теории пропаганды. Привнося идеи в сознание, воздействуя на разум, чувства читателей, субъект пропаганды добивается определенного поведения людей, отвечающего интересам ускоренного достижения социальных задач и идеалов. Процесс этого воздействия всегда характеризуется двусторонними социально-психологическими отношениями. Изучение этих отношений предполагает как познание всех аспектов собственно-пропагандистского творчества, так и исследование, учет социально-психологических особенностей читательской аудитории.

Здесь — один из мало изученных пока резервов повышения эффективности печатной партийной пропаганды.

Методология печатной партийной пропаганды неотрывна от взаимосвязи теоретической, политической, агитационно-пропагандистской и организаторской деятельности Коммунистической партии Советского Союза. Все это вновь и вновь говорит о необходимости системного, комплексного исследования теории и практики пропагандистского творчества, опоры на правильное философское понимание предмета исследования, на понимание его социальной, партийно-политической природы.

Развивая заложенные В. И. Лениным основы теории коммунистической пропаганды, теоретически осмысливая богатейшие ленинские традиции отражения «истории современности», постоянно приумножающийся современный пропагандистский опыт, журналистская наука призвана обеспечить постоянный идейно-теоретический, профессиональный рост кадров массовых средств информации и пропаганды. Только ведя пропаганду по-ленински, на подлинно научных основах, журналисты смогут еще более творчески, эффективно осуществлять те большие и ответственные задачи, которые выдвигает перед ними Коммунистическая партия в области дальнейшего повышения уровня сознания советского народа, формирования коммунистического мировоззрения у широких масс трудящихся.

ЛИТЕРАТУРА

Ленин В. И. Проект заявления редакции «Искры» и «Зари». Полн. собр. соч., т. 4, с. 323—333.

Ленин В. И. О журнале «Свобода». Полн. собр. соч., т. 5, с. 358—359.

Ленин В. И. Что делать? Полн. собр. соч., т. 6 с. 65—68.

Ленин В. И. Социализм и религия. Полн. собр. соч., т. 12, с. 142—147.

Ленин В. И. О некоторых особенностях исторического развития марксизма. Полн. собр. соч., т. 20, с. 84—89.

Ленин В. И. О национальной гордости великороссов. Полн. собр. соч., т. 26, с. 106—110.

Ленин В. И. О значении воинствующего материализма. Полн. собр. соч., т. 45, с. 23—33.

О крупных недостатках в научно-атеистической пропаганде и мерах ее улучшения. Постановление ЦК КПСС 7 июля 1954 г. В сб.: Вопросы идеологической работы. М., 1961, с. 61.

Об ошибках в проведении научно-атеистической пропаганды среди населения. Постановление ЦК КПСС 3 сентября 1954 г. Там же, с. 72.

О задачах партийной пропаганды в современных условиях. Постановление ЦК КПСС 9 января 1960 г. В сб.: О партийной и советской печати, радиовещании и телевидении. М., 1972, с. 338.

О мерах по дальнейшему развитию общественных наук и повышению их роли в коммунистическом строительстве. Постановление ЦК КПСС 14 августа 1967 г. В сб.: Вопросы идеологической работы КПСС. М., 1972, с. 383.

Об улучшении экономического образования трудящихся. Постановление ЦК КПСС 31 августа 1971 г. Там же, с. 289.

О повышении роли районных газет в коммунистическом воспитании трудящихся. Постановление ЦК КПСС. В сб.: О партийной и советской печати, радиовещании и телевидении. М., 1972, с. 367.

О работе по подбору и воспитанию идеологических кадров в партийной организации Белоруссии. Постановление ЦК КПСС. «Коммунист», 1974, № 13, с. 3—7.

О задачах партийной учебы в свете решений XXV съезда КПСС. Постановление ЦК КПСС. «Политическое самообразование», 1976, № 7, с. 3—5.

Материалы XXIV съезда КПСС. М., 1971.

Материалы XXV съезда КПСС. М., 1976.

Брежнев Л. И. О коммунистическом воспитании трудящихся. Речь и статьи. М., 1974.

Калягин М. И. О коммунистическом воспитании. М., 1958.

Крупская Н. К. Ленин как пропагандист и агитатор. М., 1957.

*
*
*

Бережной А. Ф. Ленинские принципы советской печати. Л., 1970.

Коммунистическая пропаганда: вопросы теории и методики. М., 1974.

Научные основы коммунистической пропаганды. Материалы международного симпозиума. М., 1975.

Поздняков П. В. Эффективность коммунистической пропаганды. М., 1975.

Пропаганда марксистско-ленинской теории. В кн.: Проблематика газетных выступлений. М., Изд-во Моск. ун-та, 1975.

Рубанова Н. Ф. Пропаганда марксистско-ленинской теории в газете. В сб.: Вопросы теории и практики массовых средств пропаганды. Вып. 3. М., 1970.

Смирнов Г. Л. Советский человек. Формирование социалистического типа личности. М., 1973.

Ученова В. В. Теоретическая пропаганда в современной газетной периодике. В кн.: Журналистика в политической структуре общества. М., Изд-во Моск. ун-та, 1975.

Шандра В. А. Печатная партийная пропаганда: методология и практика. Свердловск, 1976.

Шандра В. А. Газета, пропаганда, жизнь. Свердловск, 1974.

Шерковин Ю. А. Психологические проблемы массовых информационных процессов. М., 1973.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	3
Предмет и функции печатной партийной пропаганды	4
Методологическое значение принципа партийности пропаганды	16
Некоторые вопросы методики ленинской критики антимарксизма	29
Социально-психологический аспект печатной пропаганды	39
Жанровые формы пропаганды марксистско-ленинской теории в газете	55
Заключение	68
Литература	70

Валентин Андреевич Шандра

ПРОПАГАНДА МАРКСИСТСКО-ЛЕНИНСКОЙ ТЕОРИИ В ГАЗЕТЕ

З а к а з н а я

Редактор *З. А. Мишина*

Технический редактор *К. С. Чистякова*

Корректор *Л. В. Хомченко*

Сдано в набор 7/IX—1977 г. Подп. к печ. 29/III—1978 г. Л-77223
Формат 60×90¹/₁₆ Бумага тип. № 3 Физ. печ. л. 4,5
Уч.-изд. л. 4,72 Зак. тип. № 1431 Тираж 3000 экз. Цена 10 коп.

Издательство Московского университета. Москва, К-9, ул. Герцена. 5/7.
Типография № 8 Управления издательств, полиграфии и книжной торговли
Мосгорисполкома, Москва, Товарищеская ул., д. 4